



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Jaqueline Alves Araújo de Abreu

Turismo *Backpacker* no Brasil e na Europa

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Negócios Internacionais

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor José Cadima Ribeiro

Abril de 2019

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações
CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

AGRADECIMENTOS

Um trabalho de pesquisa é resultado de inúmeros, preciosos e divergentes tipos de contribuições. Gostaria de agradecer e reverenciar a todos que colaboraram nesse trabalho e se fizeram presentes nesse tempo.

Primeiramente, agradeço a Deus, por toda força e por ter iluminado o meu caminho durante a trajetória da minha vida até este momento de felicidade.

Agradeço aos meus familiares, amigos do meu país de origem e aos que fiz em Portugal e Espanha durante o período de estudos do mestrado.

Expresso igualmente o meu agradecimento aos professores da Universidade do Minho e da Universidade de Vigo que me ajudaram a me desenvolver como pessoa e profissional e em especial, à Coordenadora do Curso Dra. Isabel Maria Machado Correia Briosos Dias, que sempre me auxiliou quando necessitava de ajuda, e ao meu orientador Dr. José Cadima Ribeiro, pela paciência e dedicação de tempo.

Por último, agradeço aos locais onde apliquei a pesquisas de estudos referentes a este trabalho, que com a paciência e espírito de colaboração me ensinaram um pouco sobre o universo desse tipo de negócio.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

RESUMO

Tem-se como propósito principal nesta dissertação traçar a influência na economia do turista *backpacker* ou, em português, mochileiro/andareiro. A primeira parte é constituída pela revisão da literatura, narrando a evolução do turismo, identificação a importância econômica do turismo no Mundo, em Portugal, Espanha e Brasil, e a definição de turismo mochileiro/*backpacker* e suas particularidades. A segunda parte reporta-se aos métodos de investigação e aos resultados empíricos encontrados. No sentido de dar a resposta à problemática em referência, foi feita uma pesquisa realizada em *hostels* nas cidades de Porto, Redondela e São Paulo, com o objetivo de identificar o perfil desse tipo de turistas e seu segmento. O resultado obtido indica que os *backpackers* têm entre 18 até 80 anos de idade, viajam de forma independente e que esse seguimento está cada vez mais próximo do turismo convencional e que não há estudos ou pesquisas governamentais focando esse segmento turístico.

Palavras Chaves: Turismo; Impactes na Economia; Mochileiro.

ABSTRACT

The main aim of this dissertation is to identify the economic impact of the backpacker tourist. The first part, we can find the review of the literature, focusing on the evolution of the tourism industry and pointing out the economic importance of tourism in the World, in Portugal, Spain and Brazil. This part includes, also, the definition of backpackers' tourism and their particularities. In the second part, in order to provide an answer to the the before mentioned issue, we refer to the empirical data obtained through a survey carried out in hostels in the cities of Porto, Redondela and São Paulo. From the results attained, we have envisaged to identify the profile of this type of tourists and its tourism segment. The result of this project indicates that backpackers are between 18 and 80 years old, travel independently. This tracking is increasingly close to conventional tourism and that there are no studies or government research focusing on this tourism segment.

Keywords: Tourism; Economic Impacts; Backpacker.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Valores médios de gastos diários dos mochileiros	12
Quadro 2: Visão da contribuição econômica do turismoTurismo no Mundo	14
Quadro 3: <i>Ranking</i> de países mais visitados.....	18
Quadro 4: Visão Global da contribuição econômica turística no Brasil.	20
Quadro 5: Estruturas da cidade de São Paulo	27
Quadro 6: Visão Global da contribuição econômica turística em Portugal.....	28
Quadro 7: Estruturas da cidade do Porto	35
Quadro 8: Visão Global da contribuição econômica turística na Espanha.....	36
Quadro 9: Estruturas da cidade de Redondela	43
Quadro 10: Agrupamento das profissões citadas pelos <i>backpackers</i> inquiridos.....	54
Quadro 11: Agrupamento das razões que <i>os backpackers</i> inquiridos indicaram ser a influência para realizar essa modalidade de viagem	61
Quadro 12: Agrupamento do que atrai os <i>backpackers</i> inquiridos para esta modalidade de viagem	63

LISTA DE IMAGENS

Figura 1: Variação do PIB Mundial nos últimos 10 anos	16
Figura 2: Contribuição total do setor de viagens e turismo para o PIB Mundial.....	16
Figura 3: Variação percentual do investimento mundial no setor de turismo	17
Figura 4: Evolução do investimento no setor de Turismo Mundial.....	17
Figura 5: Contribuição do turismo no PIB Brasileiro de forma direta, indireta e induzida....	20
Figura 6: Contribuição do Turismo na geração de empregos no Brasil	21
Figura 7: Percentual do impacto na geração de empregos na economia no Brasil	22
Figura 8: Desembarque de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos do Brasil	23
Figura 9: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos	24
Figura 10: Investimento em estrutura para atender o setor de Turismo	24
Figura 11: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo	25
Figura 12: Contribuição do Turismo no PIB de Portugal de forma direta, indireta e induzida	29
Figura 13: Contribuição do Turismo na geração de empregos em Portugal.....	30
Figura 14: Percentual do impacto na geração de empregos na economia em Portugal.....	31
Figura 15: Desembarques de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos de Portugal	32
Figura 16: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos	32
Figura 17: Investimento em estrutura para atender o setor de turismo.....	33
Figura 18: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo	33
Figura 19: Contribuição do Turismo no PIB Espanhol de forma direta, indireta e induzida .	37
Figura 20: Contribuição do Turismo na geração de empregos na Espanha.....	38
Figura 21: Percentual do impacto na geração de empregos na economia em Espanha	38
Figura 22: Desembarques de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos na Espanha	39
Figura 23: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos	40
Figura 24: Investimento em estrutura para atender o setor de Turismo	41

Figura 25: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo	41
Figura 26: Faixa etária dos <i>backpackers</i> inquiridos	47
Figura 27: Sexo dos <i>backpackers</i> inquiridos	48
Figura 28: Grau de escolaridade dos <i>backpackers</i> inquiridos	48
Figura 29: Nacionalidade dos <i>backpackers</i> inquiridos no Brasil.....	49
Figura 30: Nacionalidades dos <i>backpackers</i> inquiridos em Portugal	50
Figura 31: Nacionalidade dos <i>backpackers</i> inquiridos em Espanha.....	51
Figura 32: Se <i>backpackers</i> inquiridos no Brasil exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial	52
Figura 33: Se <i>backpackers</i> inquiridos em Portugal exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial	53
Figura 34: Se <i>backpackers</i> inquiridos em Espanha exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial	53
Figura 35: Profissão dos <i>backpackers</i> inquiridos	55
Figura 36: Motivo da viagem dos <i>backpackers</i> inquiridos	57
Figura 37: Período da estadia dos <i>backpackers</i> inquiridos	58
Figura 38: Percentagem dos <i>backpackers</i> inquiridos que viajam acompanhados ou sozinhos	58
Figura 39: Ferramenta de busca de informações utilizadas pelos <i>backpackers</i> inquiridos	59
Figura 40: Percentual de <i>backpackers</i> inquiridos que realizariam novamente esta modalidade de viagem	60
Figura 41: Razões para os <i>backpackers</i> inquiridos realizarem essa modalidade de viagem ..	62
Figura 42: O que atrai os <i>backpackers</i> inquiridos nesta modalidade de viagem	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANA	- Aeroportos e Navegação Aérea de Portugal
ANAC	- Agência Nacional de Aviação Civil
ARPT	- Agências Regionais de Promoção Turística
CCDR	- Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional
CST	- Conta Satélite em Turismo
CTP	- Confederação do Turismo de Portugal
ERT	- Entidades Regionais de Turismo
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INE	- Instituto Nacional de Estatística
MINCOTUR	- Ministério da Indústria, Comércio e Turismo da Espanha
OIC	- Instituto de Crédito Oficial
OMT	- Organização Mundial de Turismo
PIB	- Produto Interno Bruto
UNESCO	- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.
WTTC	- <i>World Travel & Tourism Council</i>

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	1
1.1.	Motivação	1
1.2	Objetivos.....	2
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1.	História do Turismo.....	4
2.2.	O significado de Turismo	6
2.3.	Turismo Mochileiro/ <i>Backpackers</i>	8
2.4.	Economia do Turismo Mochileiro/ <i>Backpackers</i>	11
3.	Importância Econômica do Turismo Mundial.....	12
3.1	Economia do Turismo no Brasil	19
3.1.1.1.	Futuro do Turismo Brasileiro	25
3.1.1.2.	São Paulo.....	26
3.2	Economia do Turismo em Portugal	28
3.2.1.1	Futuro do Turismo Português.....	34
3.2.1.2	Porto	34
3.3	Economia do Turismo em Espanha	35
3.3.1.1	Futuro do Turismo Espanhol.....	42
3.3.1.2	Redondela.....	42
4	METODOLOGIA.....	45
5	ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	47
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS	68
	ANEXO I.....	75

1. INTRODUÇÃO

1.1. Motivação

O turismo é atualmente considerado complexo e necessita de uma aproximação multidisciplinar para ser compreendido. É objeto de estudos seguindo perspectivas diversas, fundamentalmente na área das ciências sociais (CANDELA, FIGINI, 2012).

O setor é o que mais cresce e que gera mais empregos em todo o mundo: uma em cada dez vagas de emprego existentes é do setor turístico, que oferece inúmeras oportunidades, com potenciais benefícios para os diversos estratos da sociedade.

Segundo Lopes (1990), principalmente países em desenvolvimento visualizam o turismo como uma alternativa para aprimorar a qualidade de vida da população através de emprego, que gera renda e desenvolvimento, sobretudo nas regiões com belas paisagens ou exóticas e com rendimentos escassos. Para isso ocorrer, no entanto, é preciso conhecer a história, conceito e economia do turismo.

Neste estudo analisamos um dos segmentos do turismo, o chamado *backpacker* ou mochileiro, o qual se define como respeitante a viajantes jovens que fazem viagens baratas e economicamente viáveis, onde utiliza a infraestrutura de serviços (restaurantes, comunicação, transportes e facilidades) locais, o que lhes permite, muitas vezes, um contato mais próximo com a população local que visita e o estilo de vida da cidade. Trata-se de um subsector do turismo econômico internacional composto por pessoas que realizam o seu planeamento de viagem de forma independente, sem depender de terceiros, como agências de viagens, através das ferramentas de tecnologias de comunicação onde fazem suas buscas.

Costumam viajar sozinhos ou em pequenos grupos, mas com frequência superior à média da população, em geral. São abertos a novas experiências, porém sem deixar de conhecer e experimentar os aspetos e lugares considerados tradicionais, de uma cultura.

O objeto de estudo deste trabalho, no entanto, foi justamente o de realizar uma pesquisa sobre os viajantes *backpackers*, a fim de se compreender melhor sua importância no segmento do turismo. De forma mais precisa, este trabalho acadêmico tem como objetivo principal contribuir para a identificação de qual é a influência econômica na cidade de São Paulo, Brasil, Porto, Portugal, e Redondela, Espanha, do segmento de turismo designado por

backpacker. As entrevistas foram aplicadas na Espanha em Maio de 2018 no *Hostel O Refugio*, em Portugal no *Hostel Tattiva* em Setembro de 2018 e no Brasil em Dezembro de 2018 no *Hostel Ô de Casa*.

A dissertação iniciar-se-á com uma pequena discussão conceitual e um levantamento da literatura existente sobre as temáticas associadas ao tema desta pesquisa. Seguir-se-á uma breve retrospectiva histórica sobre o fenómeno do turismo, em geral, e sobre o turismo *backpacker*, em particular, procurando-se situar o seu desenvolvimento e dimensão atual. Por último, far-se-á uma breve explicação sobre a influência do turismo na economia mundial e em Brasil, Portugal e Espanha.

Depois de apresentados os métodos de estudo e tratamento de dados, na parte empírica tomar-se-ão os exemplos de São Paulo, no Brasil, da cidade do Porto, em Portugal, e, em Espanha, da cidade de Redondela, tratando-os numa ótica comparada e tendo em vista contribuir para clarificar os impactos potenciais da expansão desse mercado turístico.

Por último, teremos as conclusões, que indicam que esse segmento turístico não é somente para jovens, isto é, integra pessoas na faixa etária entre os 18 e os 80 anos. Hoje, devido ao tempo disponível, a viagem acaba sendo menor e muito similar à do turismo de massas. Os resultados alcançados evidenciam a influência do famoso “boca a boca”, e, também, que os gastos não são muito distintos dos demais turistas, do que resulta que a viagem não é muito económica, ao contrário do informado por vários autores.

1.2 Objetivos

Objetivo Geral

O objetivo desta pesquisa foi verificar a influência económica dos viajantes *backpackers* no turismo na cidade de São Paulo, Brasil, no Porto, Portugal, e na cidade de Redondela, Espanha.

A temática central deste estudo emerge do interesse despertado na pesquisadora sobre a problemática identificada, no período em que realizou um roteiro pela Europa do mesmo tipo do que é proposto nesta pesquisa (*backpacker*). Tal incitou-a a questionar o impacto desse tipo de turismo, quer na Europa quer no Brasil.

Desta feita, busca-se aprofundar o estudo do tema com o fito de conhecer as

caraterísticas e motivações desses turistas e, finalmente, identificar que retornos econômicos retiram dele os países onde é praticado.

Objetivos Específicos

- Caraterizar o turismo *backpacker*;
- Identificar fatores decisivos na escolha desse tipo de viagem;
- Contribuição económica desse seguimento;
- Traçar o perfil deste tipo de turista.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. História do Turismo

No estudo realizado sobre a história do turismo não há como determinar o momento histórico em que se iniciou, observado que a ação de viajar sempre foi comum nas diferentes sociedades, desde a pré-história até às sociedades contemporâneas, na procura de novos territórios, na exploração de paisagens naturais ou na procura de divertimento.

Na evolução do ser humano, as motivações de viagens são de acordo com as necessidades que tinham, como: comercial, educacional, religiosa, de saúde, e de lazer. Contudo, enquanto há registos na Caverna de *Madasin*, nos Pirineus, que os habitantes locais viajavam até ao mar e retornavam há mais de 13.000 anos. A viagem que a rainha de Sabá fez, ao deixar o seu palácio na Arábia, para fazer uma visita ao Rei Salomão, em Jerusalém, no século X a.C., considera-se o início do turismo na antiguidade (BOSISIO, 2005).

Para outros, o turismo iniciou-se oficialmente na Grécia, em 776 a.C., aquando dos primeiros jogos olímpicos, quando foram realizadas as primeiras viagens de longa escala, com o desenvolvimento de infraestrutura específica para hospedagem e atrações, como as competições e visitas a templos (OLIVEIRA, 2000).

Segundo Theobald (2002), por sua vez, a história do turismo iniciou-se, no Ocidente Médio e no Egito, no contexto de viagens realizadas pelos comerciantes, que carregavam suas mercadorias com o objetivo de venda e transportavam seus produtos pelo deserto até ao local de venda, ou decorrente de deslocações empreendidas pelas populações que foram obrigadas a mudar devido à falta de recursos na região onde moravam ou devido a inundações ou guerras.

Outros contributos para a história do turismo nos séculos XVII, XVIII, XIX e XX prendem-se com o *tour*, que se tornou uma prática que os nobres, sobretudo ingleses e alemães, realizavam em França, a partir dos finais do século XVII (DIAS, SOIFER, FERREIRA, 2009).

Nos finais do século XVIII e durante o século XIX houve uma mudança na sociedade devido a dois factos marcantes: a Revolução Francesa; e a Revolução Industrial. A aristocracia passa a ser imitada pela burguesia e a evolução dos transportes facilita as viagens,

desempenhando o caminho-de-ferro, neste quadro de revoluções tecnológicas, um papel preponderante ao aproximar, de forma rápida, eficaz e econômica, territórios longínquos.

No período da Segunda Guerra Mundial, o turismo sofreu uma paragem brusca e, no final da guerra, houve grande desenvolvimento dos meios de transporte, por exemplo, a utilização do avião como meio de transporte de civis e de comunicação, no qual a atividade turística ressurgiu novamente, principalmente na Europa e na América do Norte (ITO, 1996).

Na segunda metade do século XX, a prática do turismo estende-se a todas as camadas sociais, com a obtenção das férias anuais pagas, medida que propicia tempo livre e dinheiro (DIAS, SOIFER, FERREIRA, 2009).

Até a década de 60, o turismo era reconhecido como atividade de lazer e recreação. Na década de 90, devido às mudanças financeira, comportamental da população, evolução nos transportes e das tecnologias de comunicação, etc., o setor turístico popularizou-se. Devido às facilidades geradas e ao crescimento econômico, essa dinâmica mantém-se até ao presente.

Toda essa evolução no turismo proporcionou a expansão da oferta de equipamento dos equipamentos turísticos, entre eles os hotéis, situação essa que se estendeu a para vários países, seguindo idêntico padrão, com o objetivo de oferecer qualidade igual de serviço, independentemente do país em que se esteja. Hoje, no ramo turístico, há produtos para satisfazer todos as massas existentes, independente da capacidade financeira ou de estilos e gostos, seja para realizar uma viagem cultural ou de diversão (HOLLOWAY, 2016).

Segundo Molina (2003), a história do turismo passou por três etapas: a primeira é o *Grand Tour*, na qual a elite britânica viajava para estudos ou balneários, e para ter uma vida social; a segunda etapa considerada é a do turismo da era Industrial, que se iniciou no século XIX e, numa primeira fase, foi até a Segunda Guerra Mundial, seguida, depois pela era industrial madura, que se estende até à década de 80, e, pela última fase, pós-industrial, marcada pela globalização; e, por último, o turismo atual, o qual está em desenvolvimento, onde o turista moderno surge como “autônomo”, com a ajuda das tecnologias e informações de fácil acesso.

O interesse pelas viagens turísticas sempre existiu, mas eram as condições financeiras que impediam muitos de viajar, principalmente no quadro de viagens de longa distância, como as internacionais ou em países de grandes dimensões, o que exigia um grande gasto. Nesse contexto, muitas pessoas não tinham condições ou tempo para viajarem, devido a

distância da morada até local de hospedagem. No século XX, houve alteração neste perfil e o turismo começou a ser tratado como um produto de consumo. Houve esse desenvolvimento no sector turístico devido crescimento das economias, e mudanças verificadas de índole geopolítica e tecnológica, e, também, em termos de transporte, educação e crescimento do tempo livre (VALDÉS, 2003).

Através da história do turismo, sem uma data definida, o ser humano experimentou e explorou ao longo de séculos outras terras, saiu do quotidiano, rompeu barreiras e transmitiu diversidade, cultura e comunicação, espiritual e física.

2.2. O significado de Turismo

Primeiramente, vamos analisar o significado do turismo, para desmembrar seus componentes no decorrer desse objeto de estudo.

A palavra turismo, em latim “*tornare*” ou grego “*tornous*”, significa círculo, o que quer dizer que a palavra turismo tem o significado de partir e posteriormente regressar ao ponto inicial.

A Organização Mundial de Turismo (OMT, 2008), para unificar critérios com fins estatísticos, adotou as seguintes definições:

- Turistas - visitantes que permanecem 24 horas no país visitado, movidos por razões de lazer, férias, saúde, estudos, religiões, desporto, família, reuniões e missões, entre outros; e
- Visitantes de um dia (excursionistas) - visitantes temporários que permanecem por um período inferior a 24 horas no país visitado (incluídos os visitantes de cruzeiros).

O significado de turismo é o conjunto de relações e fenômenos que se originam pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de morada, desde que tais deslocações e permanência não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal (CUNHA, 2003).

Segundo Theobald (2002), a definição de turismo, numa visão holística e dinâmica, significa deslocação temporária de um indivíduo ou vários, por lazer ou negócios, para suprir uma necessidade de consumo no local de destino. Daí gera-se impactos econômicos, sociais, ecológicos, e culturais, que atingem quer o turista quer a população local.

O turismo dever ser visto como um sistema com atrações, transporte, promoção e informação, reflexo de identidade cultural local e social. O atual reconhecimento do setor do turismo vem de ser uma atividade econômica de grande importância e um fenômeno global. Neste contexto, o sector ganhou a atenção dos governos, das organizações, tanto públicas quanto privadas, e dos meios acadêmicos (LEONARD, LICKORISH, CARSON, 2000).

O turismo é uma prática social e econômica que se refere a pessoas e lugares: pessoas que se deslocam a lugares; lugares que enviam e recebem fluxos de pessoas; e pessoas que tornam as viagens possíveis, oferecendo serviços turísticos (PEARCE, 2003).

O turismo é uma manifestação essencial da sociedade moderna que, como assinala Amirou (1999, 2000), pode ser definido, de um ponto de vista antropológico, como um processo de incessante procura: a procura de si próprio e a procura do outro, num alhures sonhado (DIAS, SOIFER, FERREIRA, 2009).

O conceito de viagem ultrapassa o simples deslocamento espacial, para ser um deslocamento entre o mesmo e o diferente. O estudo do turismo seria então o estudo de uma forma particular de viagem, da viagem que pressupõe o lazer, da experiência do retorno, e da viagem pacote, quer dizer, a mercadoria turismo (FIGUEIREDO, 2010).

O turismo é um complexo processo que não só envolve o propósito da viagem, bem como a infraestrutura e os custos necessários para viabilizá-lo e a satisfação final do visitante que o demanda. Ele envolve uma infinidade de setores e, quando bem executado, incita a visita de mais pessoas por diversas motivações ao local, o que estimula a interação social e a qualidade de vida dos visitantes do local turístico.

De modo geral, a atividade turística pode atingir as perspetivas de quatro agentes econômicos de formas diferentes, ou seja: a do visitante, que busca satisfazer as suas necessidades e desejos por meio de novas experiências; a dos prestadores de serviços, que almejam a obtenção de lucro financeiro com esse ramo de atividade; a da comunidade onde se localiza o destino turístico, que visa a geração de empregos e a promoção do intercâmbio cultural; e dos agentes do governo, que consideram o turismo como um setor que gera lucros e desenvolvimento para a região de acolhimento (FALCÃO, 2016).

Assim, podemos classificar o turismo, segundo a origem de visitantes, segundo as repercussões na balança de lucros, a duração da estadia no local, o grau de liberdade administrativa e a organização da viagem (CUNHA, 2003).

O turismo é uma atividade difícil de descrever e não há uma definição universal que seja aceita (MILL, MORRISON, 2002). De acordo com Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002), qualquer tentativa de definir o setor turístico e descrever completamente sua abrangência deve levar em consideração os diferentes grupos que participam nesse sector e que são afetados por ele. A essa luz, essas dimensões são vitais para elaborar uma definição ampla:

- O turista – buscam experiências diversas, satisfações psíquicas e físicas. A natureza dessas demandas irá determinar os destinos escolhidos e as atividades desenvolvidas;
- As empresas fornecedoras de bens e serviços – os empresários veem o turismo como uma oportunidade para obter lucros ao fornecer os bens e serviços que o mercado turístico procura;
- O governo da área ou comunidade anfitriã – os políticos veem o setor de turismo como um fator de riqueza nas economias sob suas jurisdições. Sua perspectiva está relacionada com o rendimento que os seus cidadãos podem obter deste negócio. Também levam em consideração as receitas em moeda estrangeira trazidas pelo turismo internacional, bem como as receitas oriundas de impostos sobre as despesas turísticas, direta ou indiretamente realizada.
- A comunidade anfitriã – a população local geralmente vê o turismo como um fator de emprego e cultura. O importante para esse grupo, por exemplo, é o efeito da interação com grande número de visitantes internacionais. Esse efeito pode ser benéfico ou prejudicial, ou ambos.

O conceito de turismo pode ser estudado a partir de diversos ângulos e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o formam. Assim, existe ainda um debate aberto para chegar a uma definição.

2.3. Turismo Mochileiro/*Backpackers*

Traduzindo a palavra *backpackers* para português, chega-se a dois significados: mochileiro; e andarilho. Por muitos anos, o termo *backpackers* teve várias definições, como viajante solitário ou independente, vagabundo ou *hippie*, mochileiro, andarilho e, atualmente, nômade ou mochileiro.

O termo mochileiro ou *backpackers* foi introduzido por Pears na década de 90 para dar um nome a esse seguimento de turismo (PARIS, 2008). Esse setor turístico possui um público-alvo na faixa etária dos 16 aos 80 anos, mas o grande público está na faixa de 20 até 35 anos, e são pessoas que preferem viajar sozinhas por desejo próprio ou por não encontrarem companhia. Viajam em pequenos grupos e desejam ter um baixo custo na viagem.

Outra definição de *backparckers* é a de um viajante e não turista, o qual pega sua mochila e viaja sem destino. Possui o sentimento de liberdade, aventura, aprendizagem, procura de novas experiências ou descobertas, e sempre está em busca de algo novo. Esse segmento turístico teve o seu início no *Grand Tour*, conforme já mencionado no item 2.1 deste Capítulo.

Para Adler (1985), se originou de jovens da classe trabalhadora. Através do estatuto do parlamento inglês no século XIII, é possível visualizar que a viagem sozinho/independente existia há séculos (AOQUI, 2005, p. 82): “quaisquer estudantes andarilhos sem autorização de seus tutores ou outros andarilhos encontrados sem passes de sua paróquia certificando a legitimidade de sua viagem devem ser presos, chicoteados publicamente e mandados de volta para casa”.

O turismo é uma atividade econômica. A escolha de um turista depende das suas condições financeiras. No período de escolha, a condição econômica influenciará na disponibilidade de tempo para a viagem, tipo de hospedagem, passeios, alimentação, transporte e outros para optar por local desejado para onde ir.

Cohen (1973) identifica o início dessa modalidade de turismo como o turismo sem uma rota, pois os jovens da classe média pediam boleia (carona) para a sua viagem, a qual se iniciou após a Segunda Guerra Mundial. Os mochileiros (*backpackers*), muitas vezes, eram referidos como "vagabundos" ou *hippies* que percorriam a América Latina, o Norte da África, o Oriente Médio e a Índia nas décadas de 60 e 70.

No final dos anos 80, os *backpackers* se espalharam para regiões mais remotas, como a região Asiática e países como a Austrália e a Nova Zelândia, na Oceania. Esses *backpackers* não tinham o estilo de vida *hippie*, pois eram viajantes cautelosos, na sua maioria, pessoas da classe média, com nível educacional superior e muitas vezes profissionais desejando fugir do seu cotidiano, das obrigações diárias e em busca do algo novo e sem rotina. Em comparação

com os *hippies*, os *backpackers* atuais também parecem ser mais atraídos pelas diferenças de outras culturas do que alienados, em si (RICHARDS, WILSON, 2004).

Esse tipo de turismo é praticado por jovens que possuem características que são: viagens independentes (sozinhos ou em pequenos grupos), flexíveis, de baixo custo, e que desejam ter contacto com o povo local e outros viajantes que têm uma realidade similar de viagem (TEO, LEONG, 2006).

Para Pearce e Loker-Murphy (1995), trata-se de turistas jovens e econômicos que mostram preferência por alojamentos baratos, que enfatizam o encontro com outras pessoas (locais e estrangeiros), e organizam o itinerário da viagem de forma independente e flexível. Os seus períodos de férias são longos e buscam atividades recreativas informais e participativas.

Conforme Kotler, Bowen e Makens (1999), uma das formas utilizadas para categorizar os turistas está baseada no planejamento da viagem, podendo ser em grupo ou independente. Os turistas *backpacker* pertencem ao grupo dos viajantes independentes, pois tomam decisões sobre a viagem por conta própria e não dependente de terceiros, como agências de viagens. A independência, em vez da aquisição de pacotes de viagem, o desejo de manter os gastos ao menor nível possível, a tendência para tentar escapar dos locais turísticos tradicionais, e a possibilidade de estender a duração da viagem além do período comum de duas semanas de férias são sublinhados por Swarbrooke, John, Horner e Susan (1999).

Segundo Murphy (2001), os *backpackers* se diferenciam dos outros tipos de turismo por não serem adeptos dos pacotes turísticos comerciais, por viajarem com um orçamento limitado, indisponibilidade de tempo e viajarem para ver o máximo possível, indo além dos atrativos turísticos comuns para experimentar e aprender mais sobre o local visitado.

Os *backpackers* têm como característica a opção pela hospedagem em locais econômicos. Esses locais são chamados de *Hostels* ou Albergues da Juventude. No Brasil, esse modelo de alojamento está-se popularizando e na Europa é já bastante popular. Segundo Swarbrooke, John, Horner e Susan (1999), os *backpacker* são jovens de diversos países desenvolvidos, com nacionalidades diferentes.

Segundo Uriely, Yonay e Simchai (2002), o turismo *backpaker*, devido à sua forma, pode ser diferenciado do turismo convencional, que inclui a flexibilidade de itinerário, duração, gastos, meios de transportes escolhidos e alojamento.

Os *backpackers* dão prioridade à higiene, simplicidade, e segurança, ao invés de requinte e conforto. Por baixo recurso financeiro, por opção e não por necessidade, fazem o sacrifício de economizar em transportes, lazer e alimentação para prolongar a viagem ou para ter mais benefícios de lazer (OLIVEIRA, 2007).

De acordo com Maffesoli (2001), a aventura, a não ação pelo tempo, a liberdade de escolha, o romper com imposições sociais, etc., propiciam uma grande motivação dos mochileiros: ir ao encontro do inesperado, gerador de saberes diverso e autoconhecimento.

Esse tipo de turismo é praticado, em grande maioria, por pessoas originárias da Europa, principalmente do Reino Unido e Irlanda, e Escandinávia, e se desenvolveu em grande proporção em países como Austrália, Israel, África do Sul e Nova Zelândia (O'REILLY, 2006).

Segundo Graburn (1983) e Oliveira (2005), a situação econômica dos *backpackers* posiciona-os como sendo classe média com o propósito de turismo. Este autor defende que são mais autoconfiantes para realizar esse tipo de viagem, se comparados com outras classes sociais, que veem esse tipo de viagem como desestruturada.

2.4. Economia do Turismo Mochileiro/*Backpackers*

O turismo *backpacker* é considerado econômico devido ao poder de escolha nos tipos de alojamento, alimentação e transportes utilizados. Esse segmento turístico viaja por um período de tempo superior aos demais tipos de turistas, acarretando assim um total de gastos superior ao do turista convencional, que gasta mais diariamente em suas viagens porque viaja por tempo inferior (SAWAZAKY, 2010; GOMES FILHO, 2010).

Richards e Wilson (2008) entendem que o impacto econômico deste segmento não é maior devido a uma errônea percepção de planejadores e responsáveis pelo turismo dos impactos que o turismo *backpacker* pode trazer ao destino. Esse segmento turístico não é o único que pode beneficiar os países em desenvolvimento, porém é um segmento que contribui para desenvolver o turismo sustentável, no qual muitos países hoje estão apostando.

Portugal e Espanha são países desenvolvidos que atraem o público *backpackers* estrangeiro por terem um bom clima, custo x benefícios compensatórios, e possuírem atrativos naturais e culturais. O Brasil tem grande potencial para atrair o público

backpacker estrangeiro e para criar demanda nacional, pois o país apresenta características apropriadas para o desenvolvimento deste tipo de viagem, e tem atrativos naturais e culturais que os mochileiros buscam em suas viagens.

Wilson e Richards (2003), na sua investigação acerca dos novos horizontes dos estudantes e viajantes independentes determinaram que a média de duração total de viagem dos viajantes que se autodenominam *backpackers* é de 74 dias e em média seu gasto diário é de US\$ 16,22 dólares. Segundo Oliveira (2005), os mochileiros gastam na Austrália aproximadamente US\$ 2.849 dólares, e diariamente o gasto é de 44, 52 dólares, o dobro dos turistas convencionais, mas o período de hospedagem também é maior, pois ficam em média de 64 dias e os turistas convencionais 24 dias.

No quadro abaixo, verificamos os dólares. Os gastos diários dos backpackers no Brasil e Portugal . Os valores são similares, sendo que em e maiores que a média indicada por Wilson e Richards, já na Espanha o turista gasta ainda mais, quando comparado com os outros países: uma em média US\$ 34 dólares diários por dia (**QUADRO 1**).

Quadro 1: Valores médios de gastos diários dos mochileiros

País	Gasto Diário (US\$)
Brasil	29,80
Espanha	34,00
Portugal	28,00

Fonte: Adaptado de Sawaky, 2010

Segundo Oliveira (2005), os mochileiros gastam na Austrália aproximadamente US\$ 44,52 dólares por dia, o dobro que os turistas convencionais, mas o período de hospedagem também é maior, pois ficam em média de 64 dias e os turistas convencionais 24 dias.

3. Importância Econômica do Turismo Mundial

O desempenho econômico nacional ou regional é possível que seja influenciado por atividades do setor turístico. O desempenho do turismo pode ditar a prosperidade ou condenar

à estagnação (ANDRADE, DIVINO, MOLLO, TAKASAGO, 2008).

O estudo de como a sociedade emprega recursos escassos em usos alternativos para produzir bens e serviços que se destinam a satisfazer necessidades das pessoas (CARVALHO, 2002) é o objeto da Economia. Uma das dimensões do funcionamento das sociedades refere-se ao deslocamento dos indivíduos dos seus locais de moradia ou de trabalho para outros onde permanecem temporareamente por razões de lazer, recreio, educação e cultura, entre outras motivações de visita. O contexto em que se realizam essas deslocamentos é um elemento central da definição de atividade turística.

A crescente interdependência dos fatores econômicos e sociais do turismo faz com que os Estados possam identificar e canalizar os distintos interesses envolvidos, mantendo, porém, como suas principais preocupações o desenvolvimento sócio-cultural das populações, a melhoria de respetiva qualidade de vida, e a proteção ao meio ambiente. Para assegurar o desenvolvimento do turismo, minimizando seus efeitos perversos, o Estado necessita do apoio e participação de todos os agentes do setor e de desempenhar as funções coordenadora, normativa, planeadora e financiadora, que lhe são próprias (NOGUEIRA, 1983).

O objetivo econômico deve ser função dos objetivos social e cultural, e não o inverso (NOGUEIRA, 1986). As despesas turísticas têm tido um crescimento considerável no orçamento médio das famílias ao longo dos anos. A consequência não é somente para esses consumidores, mas para os residentes dos lugares que visitam. O impacto devido à variação de procura de um determinado local turístico pode ser considerável na economia de um país de destino, e afeta todos os setores da economia na sua expressão individual, coletiva, pública ou privada (SINCLAIR, STABLER, 1997).

Segundo o relatório anual da OMT de 2017, houve um aumento de 7% das exportações turísticas quando comparadas com o ano de 2016, o que significou que esta categoria de bens e serviços ficou em terceiro lugar em importância no quadro das exportações mundiais. A percentagem de turistas foi acima da estimativa para o ano e, daí, chegou ao valor de US\$ 1.6 trilhões de dólares em 2017 (OMT, 2017).

A receita mundial do turismo foi de US\$ 1,3 trilhões de dólares, e o turismo internacional gerou mais de US\$ 240 mil milhões de dólares na área do transporte internacional de passageiros de não residentes. A exportação de visitantes no mundo foi de US\$ 1.6 trilhões de dólares, ou seja, US\$ 4 milhões por dia, o que corresponde 7% das

exportações mundiais (OMT, 2017).

No **Quadro 2** podemos analisar a forma direta com o turismo acaba contribuindo com o PIB mundial.

Quadro 2: Visão da contribuição econômica do turismo Turismo no Mundo

NO MUNDO	2017		2018	2028		
	Milhões de USD	% total	Crescimento	Milhoes de USD	% total	Crescimento
Contribuição direta para o PIB	2.570,1	3,2	4,0	3.890,0	3,6	3,8
Contribuição total para o PIB	8.272,3	10,4	4,0	12.450,1	11,7	3,8
Contribuição direta para o emprego	118.454.000	3,8	204	150.139.000	4,2	2,2
Contribuição total para o emprego	313.221.000	9,9	3,0	413.556.000	11,6	2,5
Exportação de Turistas	1.494,2	6,5	3,9	2.311,4	6,9	4,1
Consumo Nacional	3.970,5	5,0	4,1	6.051,5	5,8	3,9
Consumo com lazer	4.233,3	2,5	4,1	6.605,3	2,8	4,1
Consumo de negócios	1.230,6	0,7	3,8	1.756,1	0,8	3,2
Investimento	882,4	4,5	4,8	1.408,1	5,1	4,3

Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

Segundo o *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2018), o turismo contribuiu com 10,4% para o PIB Mundial de forma direta e indireta no ano de 2017. No mesmo ano, houve o

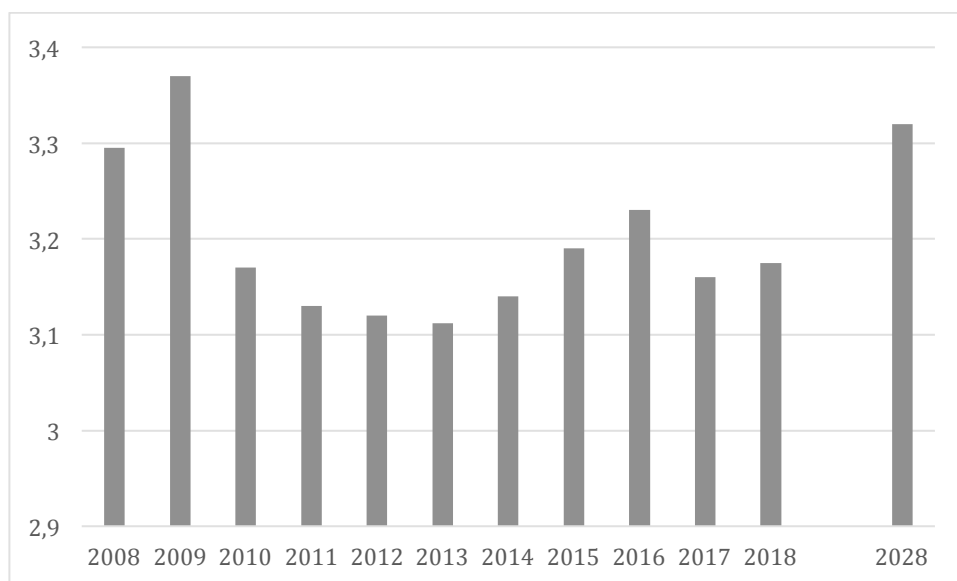
crescimento nessa área de 4,0%, comparado com o ano de 2018. A exportação de visitastes no mundo gerou uma receita de US\$ 1.494,2 milhões de dólares e a expectativa para 2018 será um acréscimo de 3,9%. Consumo com o lazer terá um crescimento de 4,1 % para o ano de 2018, em negócios será pequeno somente 0,7 % a estimativa e para finalizar investimento de US\$ 1230,6 milhões de dólares em 2017 e estimativa de 4,8 % para o ano de 2018.

No relatório da WTTC (2018), Gloria Guevara Manzo aponta que o crescimento integrador para garantir um futuro posto de trabalho de qualidade será a preocupação comum dos governos de todo o mundo. Nesse contexto, o setor de viagens e turismo respalda uma vaga em cada dez postos de trabalho no mundo, e é um motor dinâmico da geração de oportunidades de trabalho.

A **Figura 1** mostra a evolução do PIB global nos últimos 10 anos, segundo dados da WTTC (2018). Analisando os dados, observa-se que nos últimos anos houve uma grande variação, tendo-se a economia mostrado bastante instável, reflexo da crise econômica mundial iniciada em 2007, nos EUA, dos conflitos militares no Iraque, Afeganistão, Paquistão, Sri Lanka e Índia, dos elevados preços do barril do petróleo, do desemprego na Europa, EUA e Japão, e da desvalorização do Euro e Dólar. O ano de 2009 foi de continuidade face ao ano de 2008, com um crescimento pequeno de 3,3% para 3,4%. No ano de 2010, houve a crise na Europa, que afetou países como Espanha, Portugal, Grécia e outros, com consequências diretas na redução do PIB mundial. A partir de 2014, se notou uma recuperação da economia até 2016 e, em 2017, se verificou um pequeno decréscimo, mas desde então verificou-se uma recuperação, com projeção de crescimento até 2028.

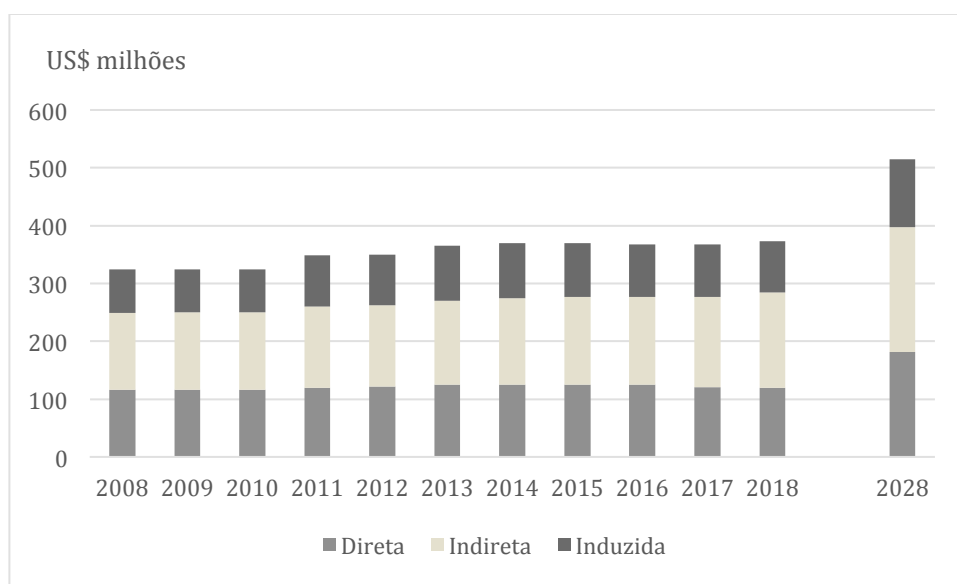
A **Figura 2** mostra as contribuições por sectores que são afetados pelo turismo, sendo possível avaliar a contribuição direta que oferece a produção de bens e serviços relacionados com o turismo, como o alojamento e acomodação, as atrações turísticas e o entretenimento, a cultura e a alimentação, que em 2017, foram de aproximadamente US\$ 110 milhões de dólares. A contribuição indireta contribui através de bens e serviços ligados parcialmente ao turismo, como gastos com serviços, em geral, alojamento, alimentação e bebidas, que, em 2017, foi de US\$ 130 milhões de dólares. A componente induzida em 2017 foi de US\$ 60 milhões de dólares e reportam-se a contribuições provenientes de recreação, alimentos, roupas e bens domésticos, nota-se que houve um pequeno crescimento no decorrer dos anos (WTTC, 2018).

Figura 1: Variação do PIB Mundial nos últimos 10 anos



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Figura 2: Contribuição total do setor de viagens e turismo para o PIB Mundial



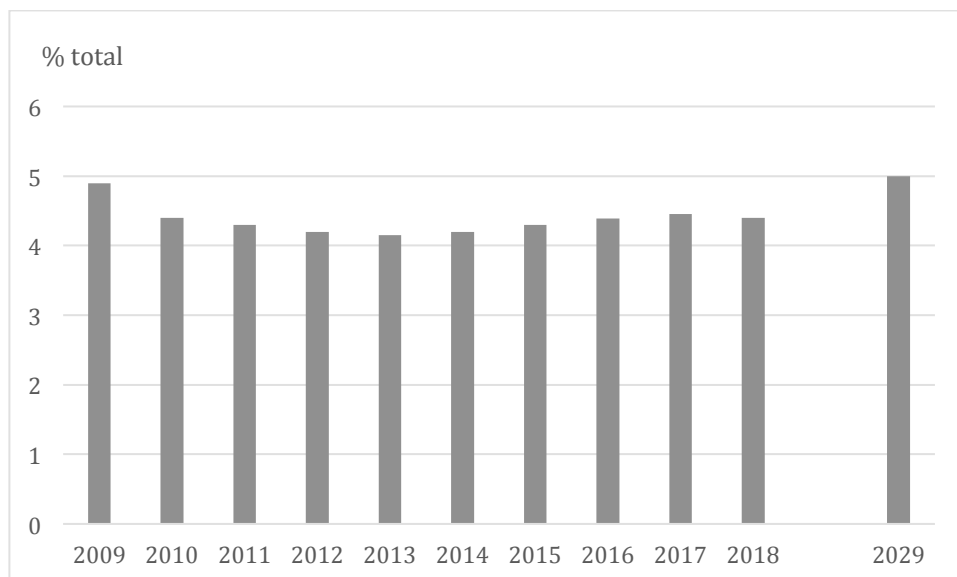
Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Essas designações, direta, indireta e induzida, foram identificadas pela Conta Satélite do Turismo (CST), a qual a OMT (2008) define como sendo baseada na análise pormenorizada

de todos os aspetos da procura de bens e serviços associados à atividade dos visitantes; observação da interface operacional com o fornecimento desses bens e serviços na economia; assim como a descrição de como a oferta desses bens e serviços interage com outras atividades econômicas.

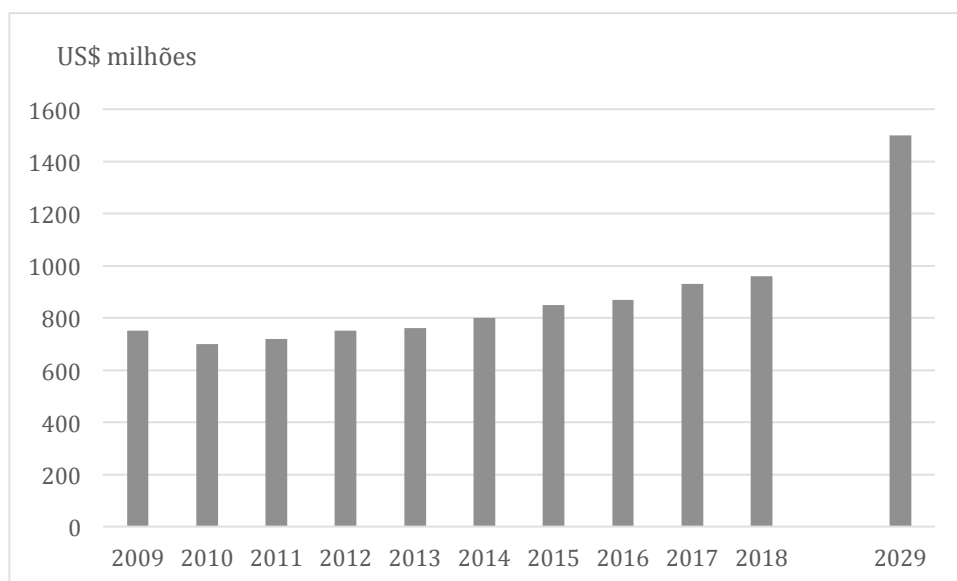
Dados da *World Travel & Tourism Council* (2018) mostram que o investimento no setor do turismo verificou um crescimento nos últimos cinco anos de aproximadamente 3,5% (**FIGURA 3**), e houve um investimento de aproximadamente US\$ 750 milhões de dólares em 2009, que, em 2018, chegou aos US\$ 960 milhões de dólares (**FIGURA 4**), o que mostra que o setor está recebendo investimento em função da procura.

Figura 3: Variação percentual do investimento mundial no setor de turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

Figura 4: Evolução do investimento no setor de Turismo Mundial



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Segundo a OMT (2018) as chegadas de turistas internacionais contribuíram para que se alcançasse um total de US\$ 1.323 milhões de dólares em 2017, cerca de US\$ 84 milhões a mais do que em 2016. No sector turístico, há um crescimento contínuo de chegadas por oito anos consecutivos. O crescimento de 2017 foi o maior desde o ano de 2010, liderado pelos continentes Europeu e Africano, que receberam um aumento de chegadas de 8% e 9%, respetivamente. Estes elevados resultados em 2017 foram estimulados pela grande procura de viagens para destinos em todas as regiões do mundo. A forte procura que se fez sentir resultou de contributos de todos os mercados de origem, incluindo as recuperações das principais economias emergentes, como o Brasil e a Rússia. Beneficiaram disso tanto destinos mais maduros como emergentes.

Durante os últimos 8 anos, o turismo está tendo um crescimento acima da expectativa planejada pela OMT (2017) – situou-se em torno de 4% ao ano. Os países mais visitados por estrangeiros em 2017 segundo a OMT (2018) são apresentados no **Quadro 3**.

Quadro 3: *Ranking* de países mais visitados

Posição Ranking	País	Turistas (milhões)
1	França	86,9

2	Espanha	81,8
3	Estados Unidos	75,9
4	China	60, 7
5	Itália	58,3
6	México	39, 3
7	Reino Unido	37,7
8	Turquia	37,6
9	Alemanha	37, 5
10	Tailândia	35,4
18	Portugal	20,6
27	Brasil	6,5

Fonte: Adaptado do Relatório Anual Organização Mundial do Turismo de 2018

A Espanha é o segundo destino mais procurado, atraindo quase 82 milhões de turistas, atrás somente da França. Portugal encontra-se na 18ª posição no ranking, com pouco mais de 20 milhões de turistas, enquanto o Brasil recebe 6,5 milhões de turistas, ocupando a posição 27ª no ranking dos países mais visitados no mundo.

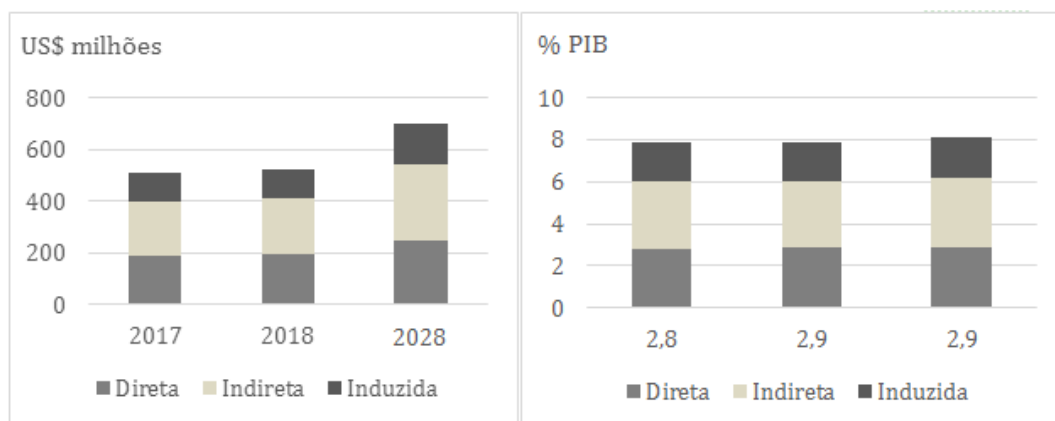
3.1 Economia do Turismo no Brasil

O foco da economia no desenvolvimento do Turismo no Brasil é recente. O Ministério do Turismo possui somente 16 anos. O Plano Nacional de Turismo (2017) do Ministério do Turismo Brasileiro (MTUR), criado na década de 90, fez um estudo que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação do plano, o futuro da economia turística no Brasil e a análise do que foi gerado nos anos anteriores.

No Brasil, a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016 e em 2017 foi de US\$ 59,6 bilhões e para o ano de 2018 terá um crescimento de 2,7 %. Já a contribuição total do sector foi de US\$ 152,2 bilhões em 2016 e US\$ 163 milhões em 2017 e houve um crescimento de 7% entre os anos de 2016 e 2017 (**QUADRO 4**).

A WTTC (2018) informou que o Brasil contribuiu diretamente para o PIB Mundial com 2,9 %, em 2017, e 2,7% em 2018, e mostra perspectivas de crescimento de 3% até o ano de 2028. Sobre o impacto do turismo no PIB, em 2017, de forma direta, indireta e induzida, no Brasil, podemos concluir que a forma indireta foi a que contrubiu mais para o país, seguido da direta e, por último, a induzida (**FIGURA 5**).

Figura 5: Contribuição do turismo no PIB Brasileiro de forma direta, indireta e induzida



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

Quadro 4: Visão Global da contribuição econômica turística no Brasil.

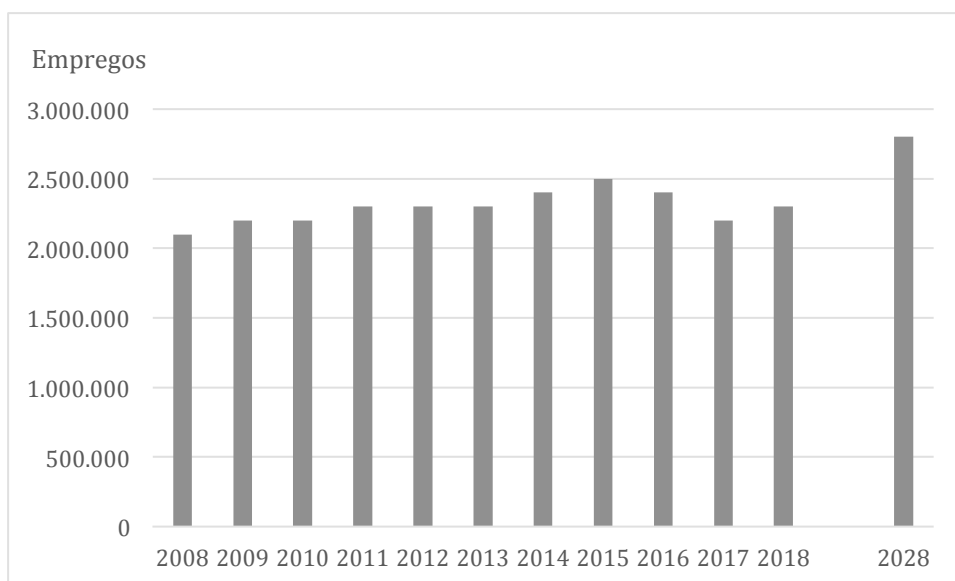
BRASIL	2017		2018	2028		
	Milhões de USD	% total	Crescimento	Milhoes de USD	% total	Crescimento
Contribuição direta para o PIB	59,6	2,9	2,7	79,3	3,0	2,6
Contribuição total para o PIB	163,0	7,9	2,5	219,8	8,2	2,8
Contribuição direta para o emprego	2.337.000	2,6	2,4	2.887.000	2,8	1,9

Contribuição total para o emprego	6.591.000	7,3	1,9	8.040.000	7,7	1,8
Consumo Nacional	99,9	4,8	2,3	129,4	4,8	2,4
Consumo com lazer	93,0	2,5	2,4	122,9	2,5	2,6
Consumo de negócios	12,9	0,4	5,1	18,9	0,4	3,4
Investimento	19,7	6,1	2,6	33,6	6,9	5,3

Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

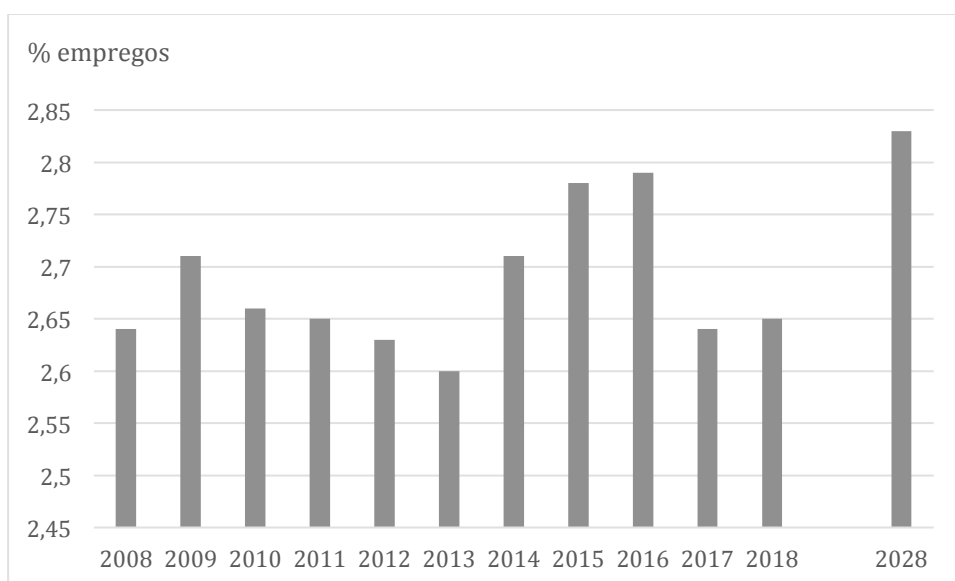
São mostrados nas **Figura 6** e **Figura 7** a contribuição do turismo em termos de geração de emprego, que foi de 2.200.000 postos de trabalhos em 2017, cerca de 7,3% do emprego total, e em 2018 houve um pequeno aumento, para um total de 2.300.000 Em 2015 e 1016, houve redução devido à crise econômica no país. A estimativa para 2028 será de 2.800.000 empregos, cerca de 7,7% total de postos de trabalhos, o que corresponde a um crescimento de 1,8 % por período (WTTC, 2018). A melhoria no setor de trabalho deu-se devido à recuperação da economia do país e da área do turismo, o qual não precisa de um grande investimento para gerar empregos.

Figura 6: Contribuição do Turismo na geração de empregos no Brasil



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Figura 7: Percentual do impacto na geração de empregos na economia no Brasil

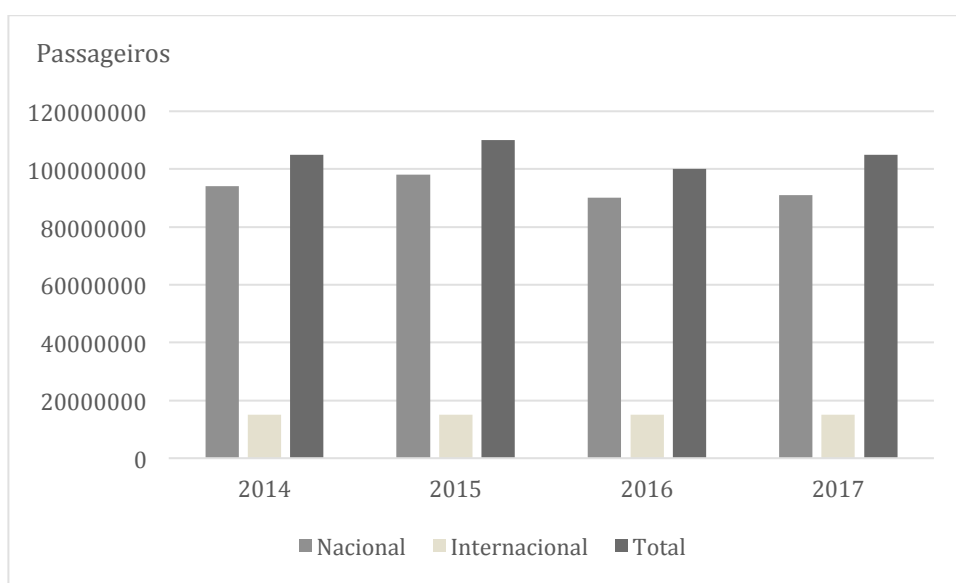


Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Os dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC, 2019), mostram os desembarques domésticos realizados dentro do país nos aeroportos. Verifica-se um crescimento nos desembarques de 3,5% entre 2017 e 2018. A **Figura 8** mostra os desembarques de turistas nacionais e internacionais. Verifica-se que para o turismo interno há

grande demanda dos aeroportos do país e as variações entre 2014 e 2017 foram devidas a questões políticas e econômicas do país. No que se refere aos turistas internacionais, a Argentina é o maior emissor de turistas para o Brasil, seguido pelos Estados Unidos, o que representou, respetivamente, 37,5% e 7,7% do total de turistas em 2017. Em 2017, a maior procura de turistas por continente no Brasil é dos países vizinhos, isto é que pertencem à América do Sul (57,7%), seguida pela Europa (25,6%), a América do Norte (10%) e a Ásia (4,6%), que possui uma pequena participação apesar do crescimento de visitantes vindos da China, Indonésia e Índia.

Figura 8: Desembarque de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos do Brasil



Fonte: Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO e Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC.

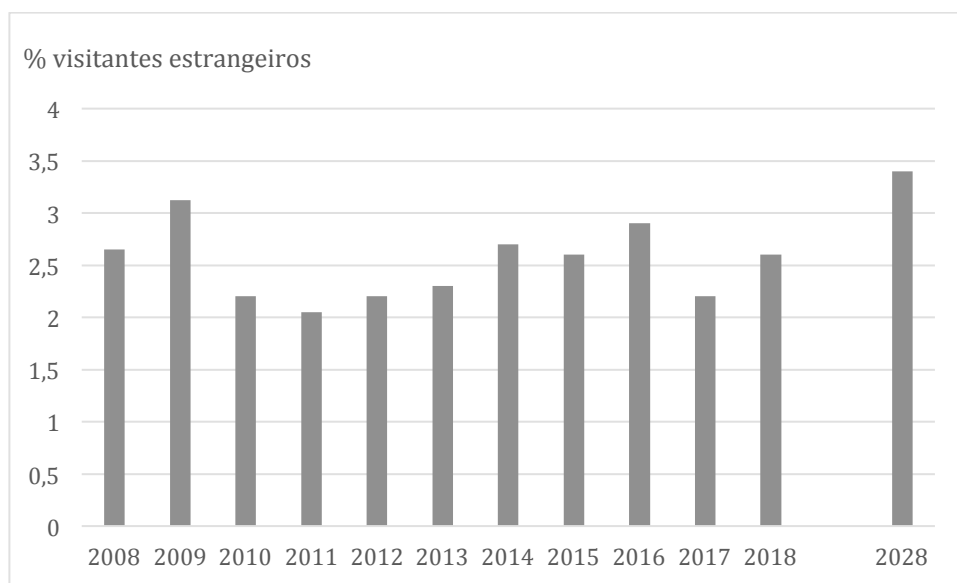
Nota: Os dados incluem desembarques de passageiros residentes e não residentes no Brasil.

Podemos observar que nos anos de 2014 até 2017 (**FIGURA 9**) o Brasil estava em alta como destino internacional devido a eventos como Copa do Mundo e Olimpíadas, que foram sediados no país nos anos de 2014 e 2016 (WTTC, 2018).

Segundo dados ds WTTC (2018), os investimentos de capital que o sector atraiu cresceram ao longo dos últimos 10 anos. Observa-se um aumento nos investimentos até atingir seu máximo em 2014, quando o país estava se preparando para receber os eventos da

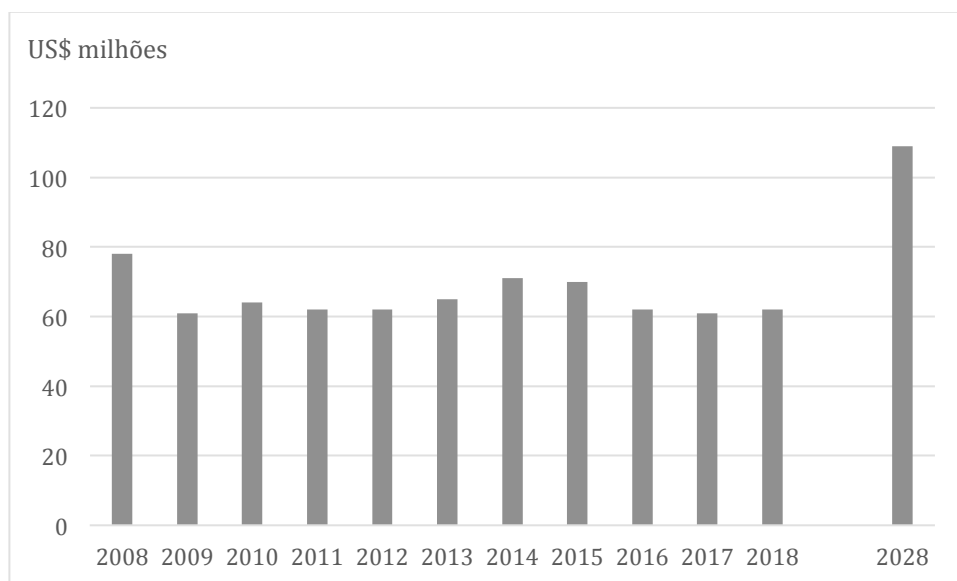
Copa do Mundo e Olimpíadas. O valor situou-se em torno de US\$ 70 milhões de dólares, tendo como projeção um investimento em torno de US\$ 110 milhões de dólares até 2028 (FIGURA 10).

Figura 9: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

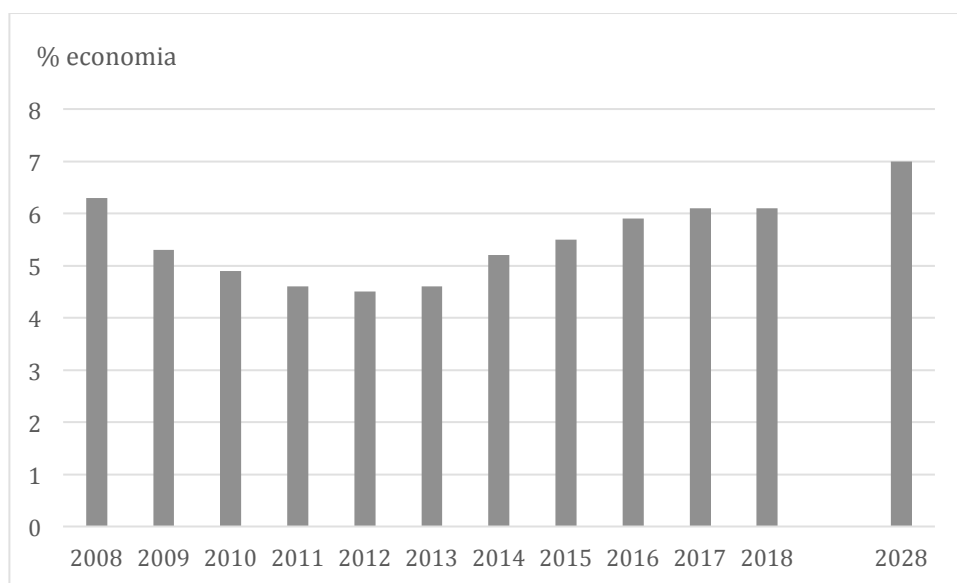
Figura 10: Investimento em estrutura para atender o setor de Turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

Quando analisamos o percentual total na economia dos investimentos no país, observa-se que há um aumento crescente a partir de 2008, quando oficialmente foi informado que o Brasil seria sede da Copa do Mundo, que até 2014 foram os anos com maiores investimentos (**FIGURA 11**). A projeção da participação no investimento nacional total aumentará de 6,1% em 2018 para 6,9% em 2028 (WTTC, 2018).

Figura 11: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

O Brasil possui 209,6 milhões de habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019) e segundo o Ministério do Turismo somente 60 milhões de brasileiros têm o hábito de viajar, sendo um sector que pode expandir. Apesar deste índice, o turismo doméstico é o que mais contribuiu para o PIB interno de 2017, representando 93,5%, enquanto o turismo internacional contribuiu com 6,5% (WTTC, 2018)

3.1.1.1. Futuro do Turismo Brasileiro

Atualmente, o Ministério do Turismo lançou uma meta até o ano de 2022, que está

descrita no Plano Nacional de Turismo (2017), essa meta é dobrar e chegar até 12 milhões de turistas domésticos e aumentar a receita resultante dos turistas internacionais. Atualmente, está em torno de US\$ 6,5 milhões de dólares e pretende-se que atinja os US\$ 19 milhões de dólares. Há um plano chamado “Brasil + Turismo” realizado pelo Ministério do Turismo com a intenção de impulsionar o setor com soluções técnicas sem custos para o Governo Brasileiro, essa ação foi elaborada com a ajuda do setor e sugestões de autoridades do turismo mundial (MTUR, 2018). Essa projeção, de atrair turistas é um ciclo, gerará mais empregos e atrairá mais investimentos para o país. O setor necessita fazer melhorias na área de segurança pública e treinar pessoas para trabalhar na área do turismo, além da ampliação de investimentos governamentais. Para o país atingir sua meta nos próximos anos, será necessário um comprometimento dos setores público e privado para atuarem e promoverem melhorias constantes visando a qualidade dos serviços, aumentando sua competitividade.

Como se vê, os dados dos últimos anos no Brasil se encontram numa fase de transição para o setor do turismo, orientado para a inovação, excelência e sustentabilidade, visando satisfazer o bem-estar do turista. Os indicadores do Brasil estão crescendo no setor aos poucos e para o futuro terá avanços significativos. Na ótica do turismo interno, nas dimensões procura e comportamento econômico, os dados são promissores, entretanto, para o turismo internacional ainda há espaço para crescer.

3.1.1.2. São Paulo

A cidade brasileira onde foi realizada a pesquisa para este trabalho é a cidade de São Paulo, capital do estado de São Paulo, localizada na região Sudeste do Brasil. Dados do IBGE (2019) indicam que há 12 milhões de habitantes na capital e 45,6 milhões no estado de São Paulo.

A cidade de São Paulo é a porta principal de entrada para os turistas estrangeiros e o turismo ocorre durante o ano inteiro. A visita de turistas domésticos em São Paulo tem sua maior demanda entre os meses de Dezembro e Janeiro, devido ao período de férias escolares no país. Porém, os demais meses têm fluxo constante de turistas, por ser uma cidade de negócios.

Segundo o Observatório do Turismo de São Paulo (2018), 14,9 milhões de turistas

chegam à cidade de São Paulo. Dentro desse número, 2,4 milhões são turistas estrangeiros e 12,5 milhões são nacionais. O idioma local é o Português e a cidade oferece uma ótima estrutura aos turistas, como pode ser visto no **Quadro 5**.

A média de tempo em que um turista brasileiro permanece na cidade é de três dias e a do turista estrangeiro é de 4 dias (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2018).

Quadro 5: Estruturas da cidade de São Paulo

ESTRUTURA	QUANTITATIVO
Hotéis	320
<i>Hostels</i>	63
Salas de cinema	314
Teatros	138
Espaços culturais	115
Bibliotecas	150
Museus	158
Centros de desportos e lazer	333
Estádios de futebol	11
Parques e áreas verdes	109
Restaurantes	20 mil
Bares	30 mil
<i>Shoppings centers</i>	53
Táxis	33

3.2 Economia do Turismo em Portugal

O setor de turismo em Portugal é integrado no Ministério da Economia, no qual há a Autoridade Turística Nacional, que é o responsável pela política da área no país. Há, também, órgãos de promoção e gestão por regiões; são eles: Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR), Entidades Regionais de Turismo (ERT), Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) e Câmaras Municipais.

As associações empresariais e outras entidades da área do turismo, nacionais e regionais, desempenham um papel central na concretização de políticas, estratégias e medidas, tais como a Confederação do Turismo de Portugal (CTP) (Turismo em Portugal, 2019).

Nas ilhas dos Açores e da Madeira, a área do Turismo encontra-se sob a responsabilidade dos respetivos Governos Regionais: Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo dos Açores; e Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura da Madeira (TURISMO EM PORTUGAL, 2019).

O setor de turismo no país possui prêmios, como o de melhor marketing no setor, melhor organismo oficial do turismo na Europa, melhor destino europeu de 2018, e outros.

O Instituto Nacional de Estatística (INE, 2017) faz análises mensais, trimestrais e anuais do setor turístico por região, indicando o total de visitantes no país, a faturação total, que em 2017 foi de US\$ 17 milhões de dólares, um aumento de 19,5 % comparado com o ano anterior, e quanto cada nacionalidade contribui para a faturação por país; por exemplo, os valores do Reino Unido foram de US\$ 10,4 milhões de dólares e da Alemanha de US\$ 6,2 milhões de dólares, em 2017. O país recebeu visitas de residentes e não residentes na ordem de 20,6 milhões de turistas.

O **Quadro 6** apresenta a contribuição do setor para o PIB do país, a qual foi de US\$ 15 milhões de dólares diretamente e um total de US\$ 38 milhões de dólares se considerarmos os efeitos totais. O crescimento até 2028 será em torno de 2,6% (WTTC, 2018).

Quadro 6: Visão Global da contribuição econômica turística em Portugal.

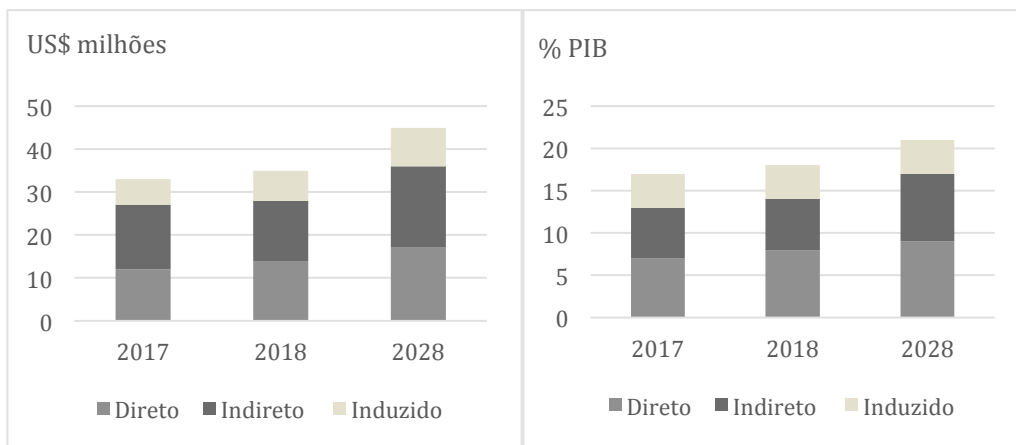
PORTUGAL	2017	2018	2028
----------	------	------	------

	Milhões de USD	% total	Crescimento	Milhoes de USD	% total	Crescimento
Contribuição direta para o PIB	15,0	6,8	5,4	20,4	8,2	2,6
Contribuição total para o PIB	38,0	17,3	5,1	50,8	20,5	2,4
Contribuição direta para o emprego	401.000	8,5	4,9	493.000	10,7	1,6
Contribuição total para o emprego	968.000	20,4	4,5	1.1151.000	24,9	1,3
Consumo Nacional	7,2	3,3	1,0	8,0	3,2	0,9
Consumo com lazer	23,8	5,8	5,6	32,4	7,0	2,6
Consumo de negócios	4,0	1,0	3,5	5,6	1,2	3,0
Investimento	3,6	10,2	7,4	5,4	12,5	3,3

Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

A **Figura 12** apresenta o impacto direto, indireto e induzido no PIB de Portugal. A contribuição do turismo para a economia no país é muito forte, pois o setor representa pouco mais de 15% da percentagem no PIB total do país, com projeção para os próximos 10 anos chegar a mais de 20%.

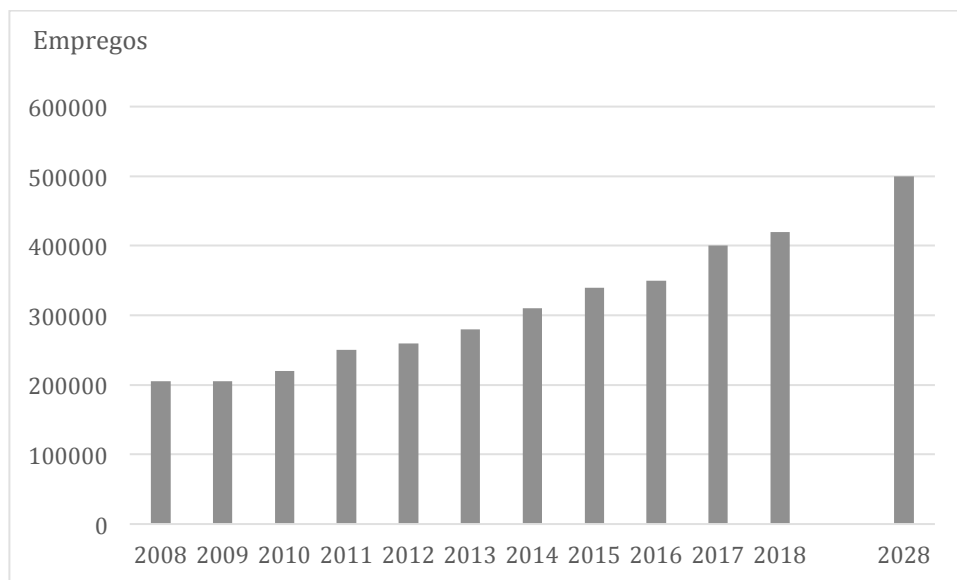
Figura 12: Contribuição do Turismo no PIB de Portugal de forma direta, indireta e induzida



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

A **Figura 13** mostra um crescimento do setor laboral nos últimos 10 anos: em 2008, os postos de trabalhos ligados diretamente ao setor de viagens e turismo eram pouco mais de 200 mil empregados e em 2018 foram gerados mais de 400 mil empregos. Isso representa um aumento de 4,5% no período e a projeção para os próximos 10 anos é atingir a marca de 500 mil empregos no setor do turismo.

Figura 13: Contribuição do Turismo na geração de empregos em Portugal

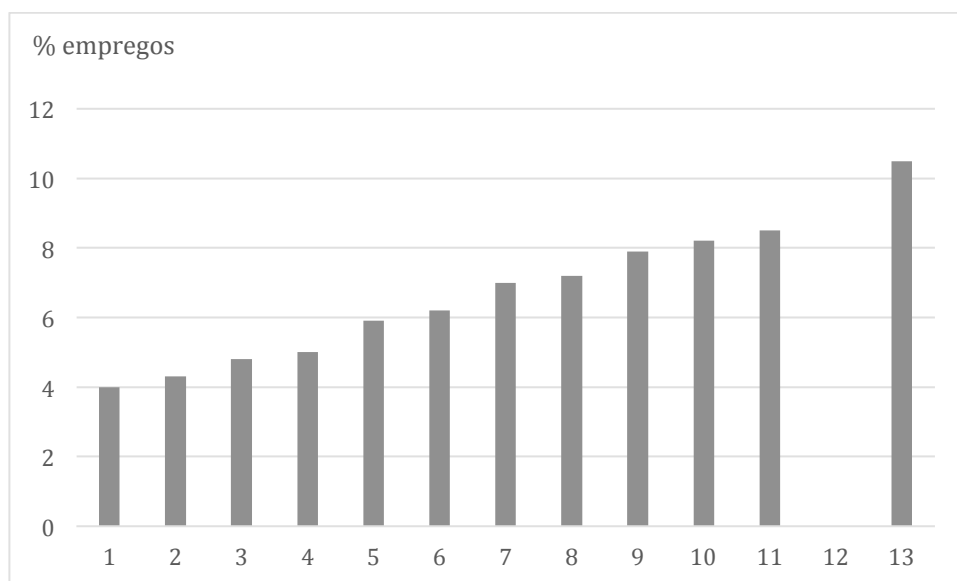


Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

A **Figura 14** mostra um aumento do impacto da geração de empregos no setor nos últimos 10 anos e prevê-se que em 2028 o setor será responsável por mais de 10% do PIB

nacional.

Figura 14: Percentual do impacto na geração de empregos na economia em Portugal



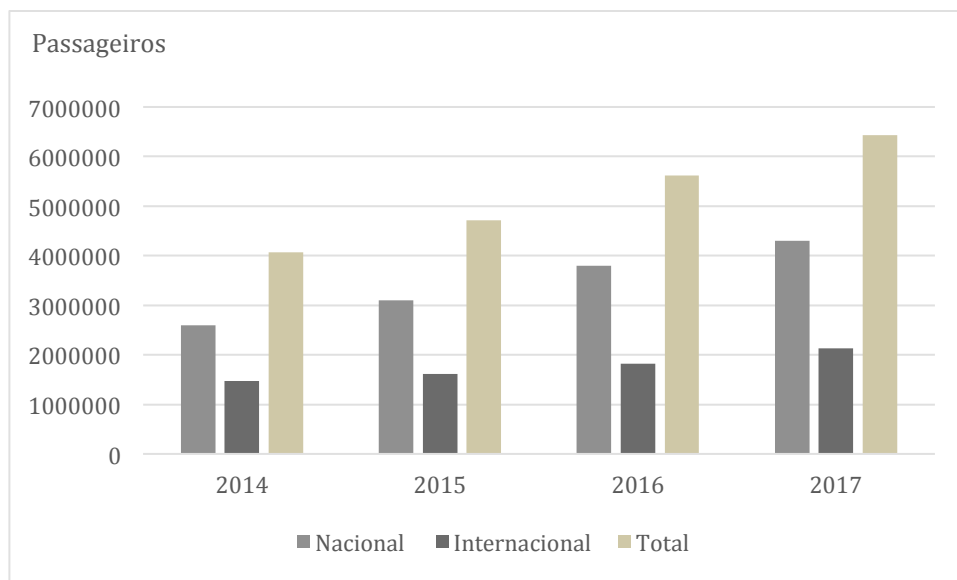
Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

A **Figura 15** mostra o aumento dos desembarques nos aeroportos no país, desde 2013. Em 2017, foram pouco mais de 27,4 milhões de passageiros desembarcaram no país. Isso representa um crescimento de 16% em relação ao ano anterior. O desembarque internacional, ou seja, para os passageiros não residentes, houve um crescimento de 17,4%, isso se deve ao grande número de imigrantes do país naquele ano (TRAVELBI, 2018).

As exportações de visitantes economicamente é um componente importante. Em 2017, Portugal gerou US\$ 20 milhões de dólares em exportações de visitantes e 12 milhões de turistas chegaram ao país. Até 2028, as chegadas de turistas internacionais deverão totalizar 17.731.000, gerando gastos de US\$ 26,4 bilhões de dólares, o que significará um aumento de 3,1% (**FIGURA 16**).

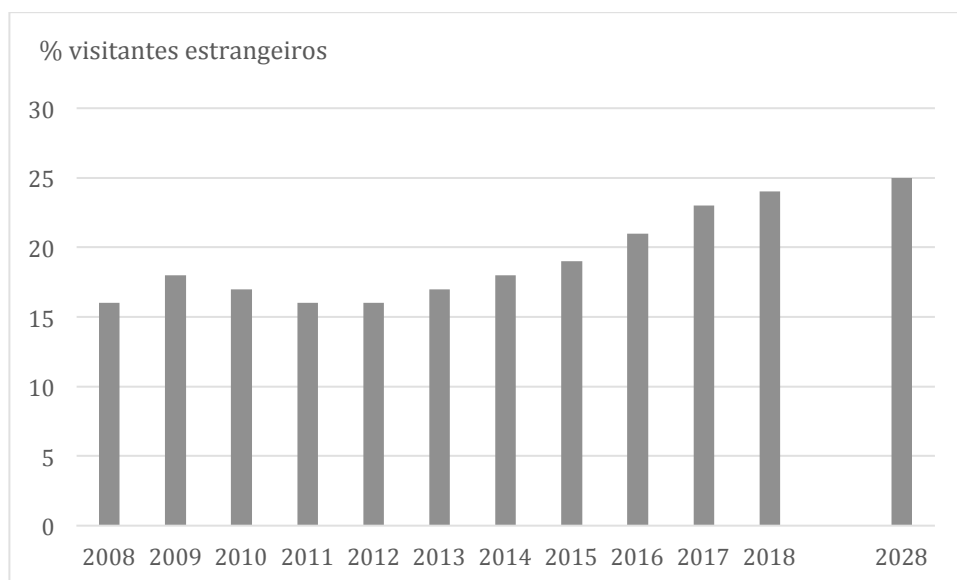
Os turistas que mais visitam o país são originários da Europa, de países como Reino Unido, Espanha, França e Alemanha. Isso se deve à proximidade geográfica desses países, sendo o turista atraído pelos recursos naturais, o clima e o custo de viagem. Para o turista proveniente de países europeus, Portugal tem um baixo custo quando comparada com o seu país de origem, e para os turistas brasileiros, Portugal é atrativo pela facilidade do idioma.

Figura 15: Desembarques de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos de Portugal



Fonte: Adaptado de TravelBi, 2018

Figura 16: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos

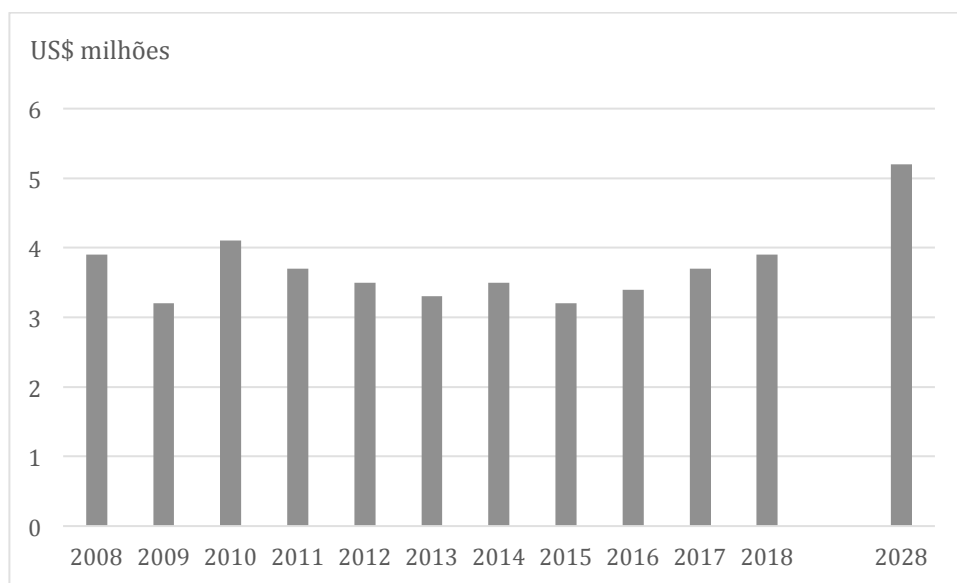


Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Os investimentos de capital que o sector atraiu foram de US\$ 3,7 milhões de dólares

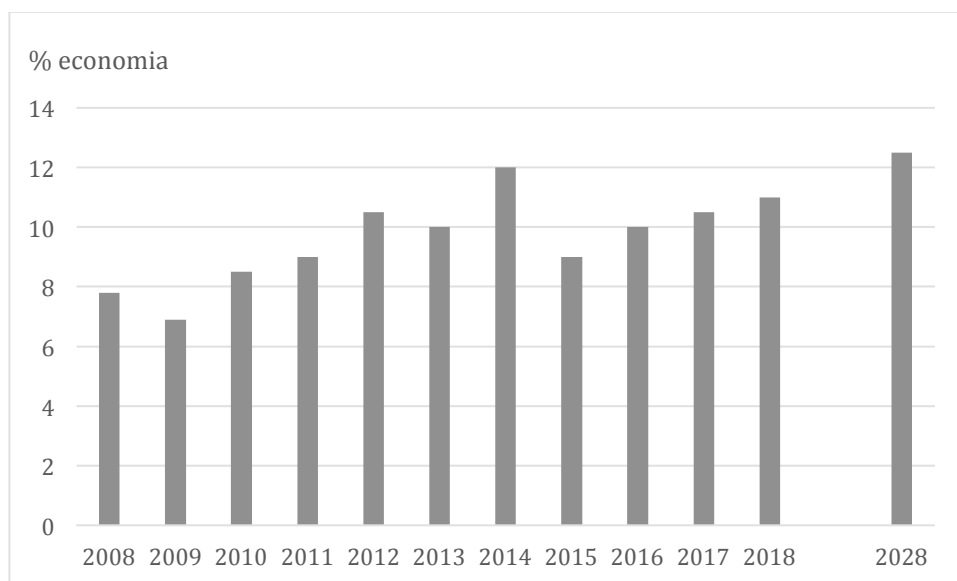
em 2017. Espera-se que este valor aumente 7,4% em 2018 e aumente 3,3% ao ano nos próximos dez anos, para atingir US\$ 4,7 bilhões de dólares em 2028 (**FIGURA 17**), o que representa quase 4% da economia do país. A projeção para os próximos 10 anos é de um aumento acima de 5% (**FIGURA 18**).

Figura 17: Investimento em estrutura para atender o setor de turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Figura 18: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

Portugal possui 10.300,3 milhões de habitantes, segundo a Base de Dados Portugal Contemporâneo (PORDATA, 2017). O relatório anual de INE informa que em 2017, 4,58 milhões de portugueses viajaram, um setor que pode expandir, pois menos da metade da população do país realiza viagens turísticas.

3.2.1.1 Futuro do Turismo Português

Portugal tem um fluxo de turistas estrangeiros maior do que seus próprios cidadãos. Isso se deve à baixa renumeração dentro do país e à sua extensão territorial. Porém, observou-se um crescimento no setor de 9,5%, entre residente interno e externo, em 2017.

Portugal possui um planeamento estratégico para o setor de viagens e turismo até o ano de 2027, que se chama Estratégia Turismo 2027, que foi elaborado em 2017 com o objetivo de promover o país, o setor, a respetiva estabilidade, e reforçar o compromisso com a área, gerar vínculos com os agentes de turismo e promover ações estratégicas a médio e longo prazo (PORDATA, 2017).

O Turismo sustentável é o foco principal para o futuro. Há cinco eixos estratégicos englobados, que são: valorizar o território, impulsionar a economia, potencializar o conhecimento, gerar redes e conectividade, projetar o país no mercado internacional e estimular o turismo interno.

3.2.1.2 Porto

A segunda cidade onde foi aplicada a pesquisa deste trabalho foi a cidade de Porto, que fica localizada ao norte de Portugal. É uma cidade de aproximadamente 215 mil habitantes e o grande Porto tem 1,3 milhões de habitantes (PORDATA, 2017).

A cidade foi classificada pela UNESCO como Patrimônio Mundial em 1996, é a segunda maior cidade do país e a primeira opção de visita pelos turistas residentes e a terceira pelos turistas não residentes. O maior fluxo de visitas na cidade ocorre no período do verão Europeu, nos meses de Junho a Agosto.

Segundo dados do INE (2018), a cidade de Porto e a região do Norte do país receberam 7 milhões de turistas no ano de 2017. O idioma local é o Português e a cidade oferece uma ótima estrutura aos turistas, como pode ser visto no **Quadro 7**. A média de tempo em que os turistas se hospedam na cidade é de três dias.

Quadro 7: Estruturas da cidade do Porto

ESTRUTURA	QUANTITATIVO
Hotéis	152
<i>Hostels</i>	17
Airbnbs	306
Teatros	5
Bibliotecas	16
Museus	18
Centros de desportos e lazer	33
Estádios de futebol	1
Parques e áreas verdes	10
Restaurantes	10 mil
<i>Shoppings centers</i>	17
Táxis	716 mil

Fonte: Adaptado de INE (2018)

3.3 Economia do Turismo em Espanha

O setor do turismo em Espanha é considerado a primeira indústria e de grande importância para o país, economicamente. A criação da Comissão Nacional do Turismo se

deu no início do século XX para atender à necessidade do ócio da população de renda elevada desse período. Até agora, houve mudanças na gestão do turismo, devido a mudanças político-administrativas (TOVAR IGLESIAS; TALÓN; GARCIA – VIANA, 2008). O desenvolvimento do setor iniciou-se na década de 50, mas na década de 70 houve atingiu o pico devido a favorável circunstância política e econômica do momento (MARTÍNEZ QUINTANA, 2006).

Atualmente, é o Ministério de Indústria, Comércio e Turismo Espanhol que executa a administração e política turística no país. Na Espanha, o último dado informado pela MINCOTUR (2019) sobre o rendimento no setor do ano de 2018 diz-se que foi de US\$ 100,8 milhões de dólares, o que é um crescimento de 3,7% quando comparado com o ano anterior.

Segundo Instituto Nacional de Estatística da Espanha, o PIB do turismo na Economia no ano de 2017 foi de US\$ 153,56 milhões de dólares, o que representa 11,7% do PIB nacional. Em relação à percentagem de emprego, representa uma fatia de 12,8% do emprego total. Nesse ano, recebeu 82,6 milhões de turistas estrangeiros, o que significou que houve um aumento de 0,9% de turistas no país comparado com o ano de 2017, que foi de 81,8 milhões de turistas.

O **Quadro 8** apresenta a contribuição do setor para o PIB do país, a qual foi de US\$ 70,9 milhões de dólares diretamente, contribuindo com US\$ 196,2 milhões de dólares quando consideramos os efeitos totais do setor do turismo na economia. A WTTC (2018) prevê um crescimento de 2,3% até 2028.

Na **Figura 19** são apresentadas a contribuição direta, indireta e induzida do turismo nos anos de 2017 e 2018. Daí, podemos verificar que de 2017 para 2018 o crescimento abaixo de 1% e a estimativa até 2028 é de que o crescimento seja em torno de 2,6%.

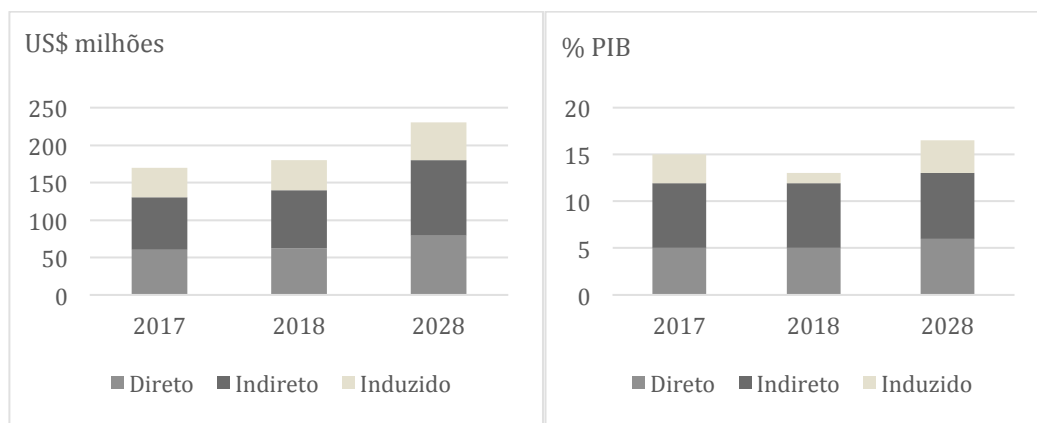
Quadro 8: Visão Global da contribuição econômica turística na Espanha.

ESPAÑA	2017		2018	2028		
	Milhões de USD	% total	Crescimento	Milhões de USD	% total	Crescimento
Contribuição direta para o PIB	70,9	5,4	3,2	94,1	6,1	2,6

Contribuição total para o PIB	196,2	14,9	2,9	254,6	16,4	2,3
Contribuição direta para o emprego	930.000	4,9	2,0	1.154.000	5,8	2,0
Contribuição total para o emprego	2.838	15,1	1,7	3.342	16,9	1,5
Consumo Nacional	59,4	4,5	2,3	67,9	4,4	1,1
Consumo com lazer	119,0	4,7	3,1	159,7	5,3	2,7
Consumo de negócios	15,7	0,6	2,7	19,3	0,7	1,8
Investimento	20,9	7,7	3,9	30,1	9,1	3,3

Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Figura 19: Contribuição do Turismo no PIB Espanhol de forma direta, indireta e induzida

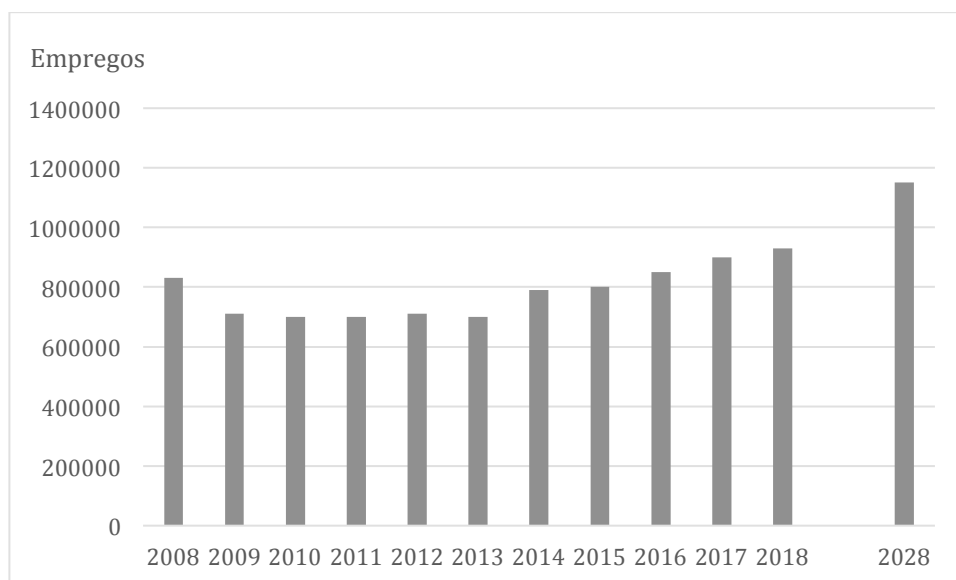


Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

A **Figura 20** mostra a participação do setor turístico espanhol no mercado de trabalho.

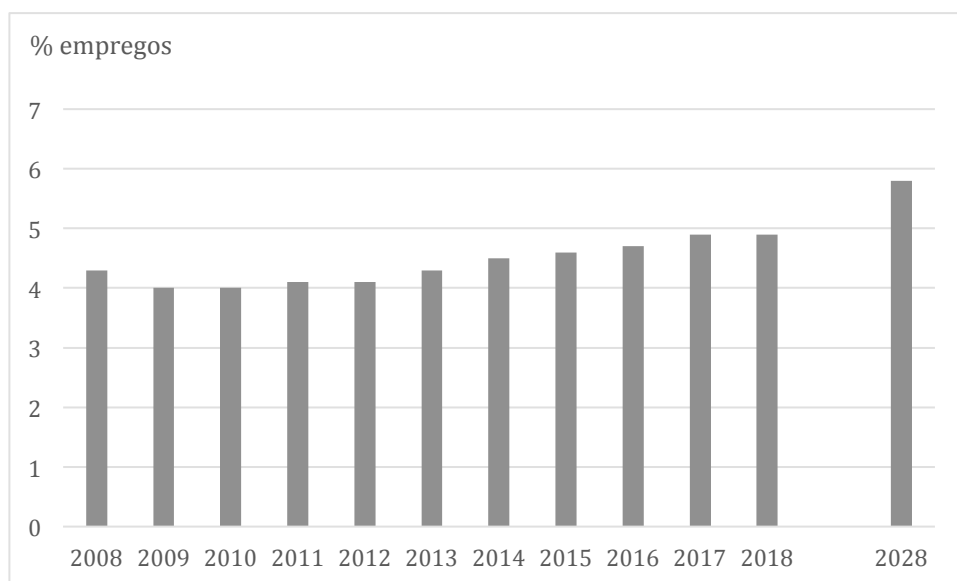
Importa notar que, o período de 2008 a 2011 representou um decrescimento devido à instabilidade econômica no período e a partir de 2012 até 2018 houve leve crescimento. Entretanto, representa quase 5% do total de empregos gerados no país (**FIGURA 21**).

Figura 20: Contribuição do Turismo na geração de empregos na Espanha



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

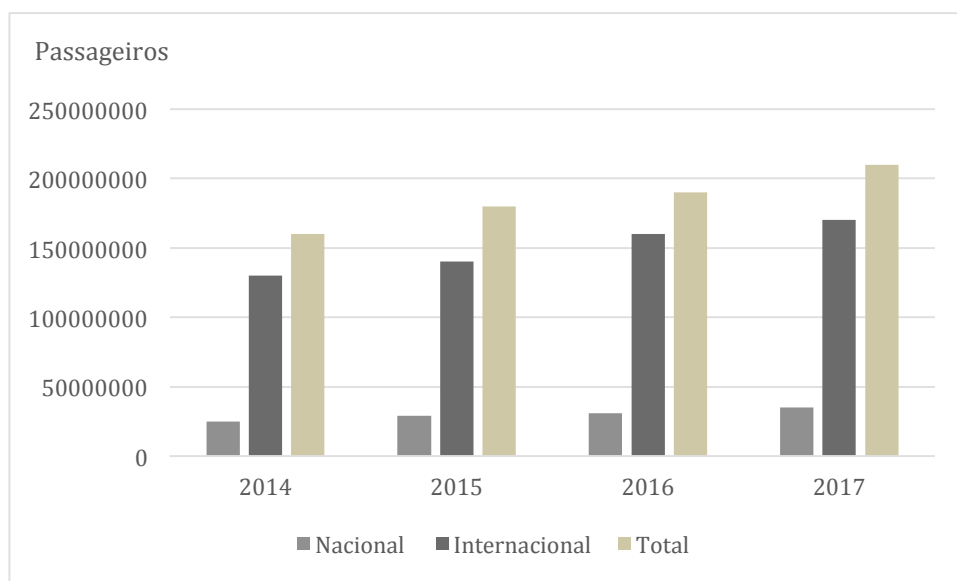
Figura 21: Percentual do impacto na geração de empregos na economia em Espanha



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Nos dados da **Figura 22** verificamos as chegadas de turistas estrangeiros ao país desde o ano de 2014 até 2018. O maior fluxo ocorre no período de julho, que são as férias de verão na Europa. Em 2017 foram 81,8 milhões de turistas estrangeiros e as nacionalidades que mais visitaram o país em 2017 foram de países provenientes da União Europeia, principalmente do Reino Unido, Alemanha e França.

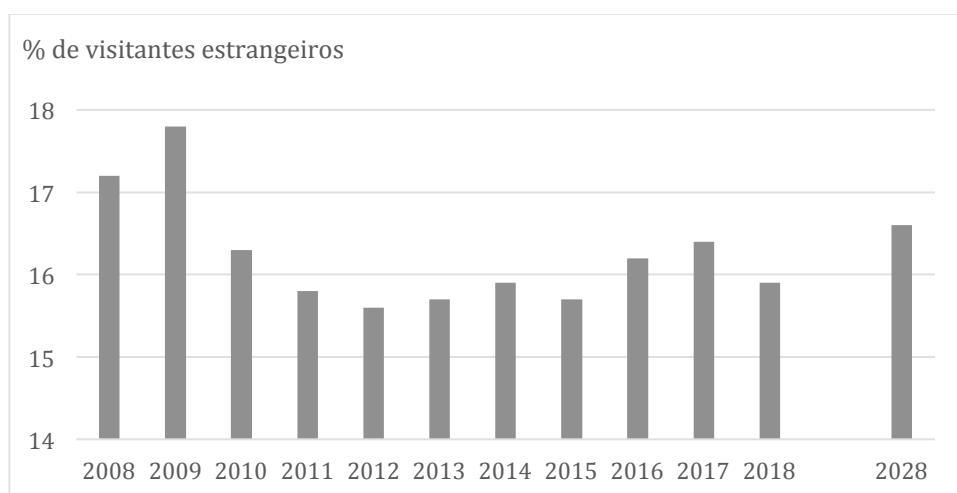
Figura 22: Desembarques de passageiros nacionais e internacionais nos aeroportos na Espanha



Fonte: Adaptado de Observatório do Transporte e Logística da Espanha, 2019

A exportação de turistas gerou US\$ 73,5 milhões de dólares ao país, decorrente dos 62 milhões de turistas que chegaram ao país (WTTC, 2018), porém, nota-se que houve uma redução dos turistas que visitam o país desde 2011 até 2018 (**FIGURA 23**).

Figura 23: Percentual total de turistas estrangeiros que visitaram o país nos últimos 10 anos

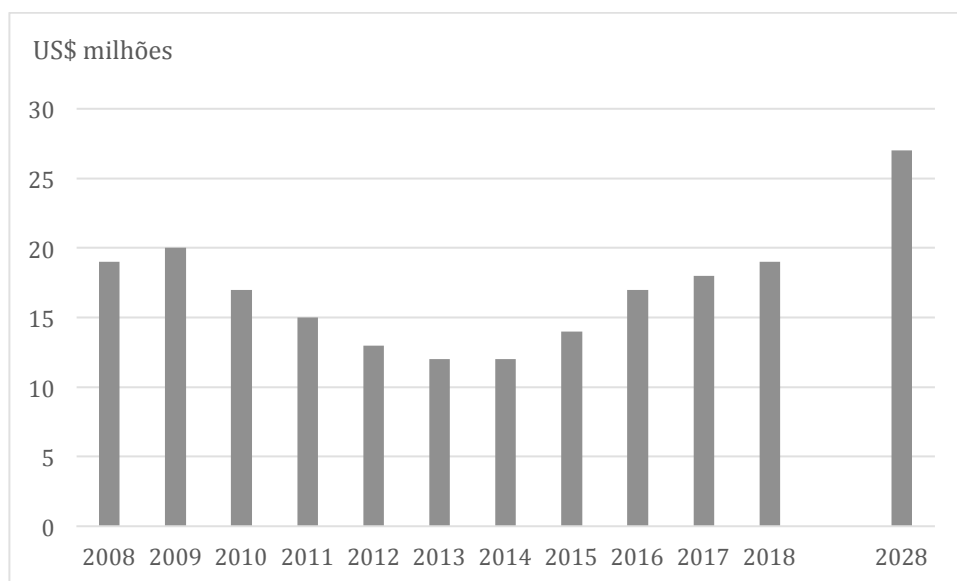


Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council* (WTTC) 2018

A Espanha atrai em termos de capital US\$ 19 milhões de dólares em 2018. Espera-se que este valor aumente nos próximos dez anos e atinja US\$ 27 milhões de dólares em 2028

(FIGURA 24).

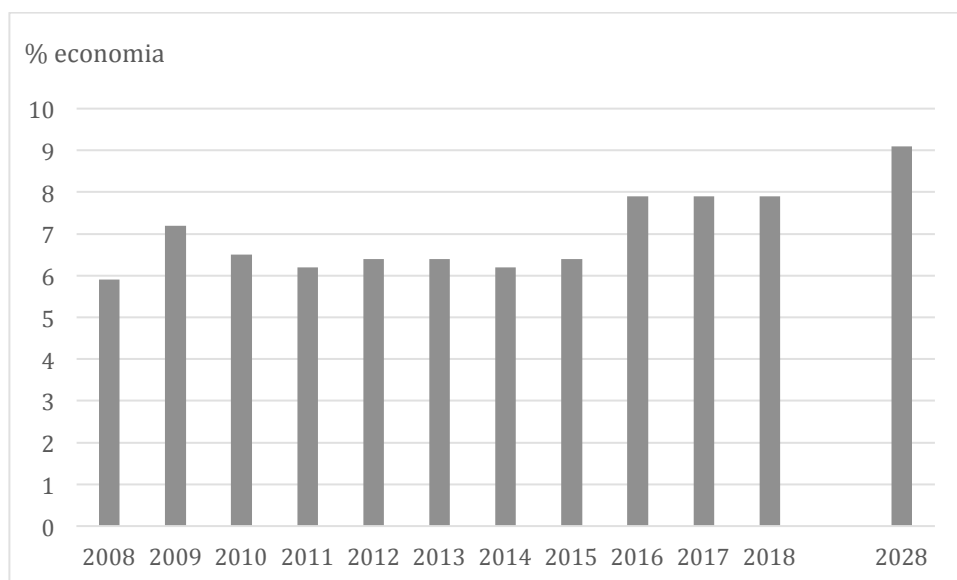
Figura 24: Investimento em estrutura para atender o setor de Turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

Entretanto, nota-se que houve uma estagnação em relação ao percentual total na economia do investimento no país nos últimos três anos. Isso se deve ao crescimento baixo da economia mundial (FIGURA 25).

Figura 25: Percentual total na economia dos investimentos para atender o setor de Turismo



Fonte: Adaptado de *World Travel & Tourism Council (WTTC)* 2018

A Espanha possui 46,733 milhões de habitantes, segundo INE de 2018 (2019). Houve um aumento no turismo doméstico de 1,5% em 2017 (5,5%), quando comparado com o ano de 2016 (4,1%). Em 2015, situaram-se em 175.33,33 as viagens turísticas internas ao país, em 2016 foram 182.33,33 e no ano de 2017, o último dado disponibilizado pelo INE, indica que totalizaram 194.000,00.

3.3.1.1 Futuro do Turismo Espanhol

Segundo a Ministra da Indústria, Comércio e Turismo, Reyes Maroto, o orçamento da Secretaria de Estado do Turismo para o curto-prazo, no caso, para o ano de 2019 ultrapassa os US\$ 355 milhões de dólares (MINCOTUR, 2019). Tem como objetivo promover novas linhas de ação, como o apoio à inovação tecnológica, ações de promoção no exterior, e promoção de novos modelos de planejamento e gestão para o desenvolvimento sustentável e inteligente dos destinos turísticos.

Reyes Maroto (MINCOTUR, 2019) destacou, também: o crescimento das ações de publicidade e promoção externa, alcançando US\$ 38,8 milhões de dólares; o montante de apoio à inovação tecnológica, que aumenta para US\$ 4,5 milhões de dólares, 15% a mais; e uma alocação de US\$ 14 milhões de dólares para a conclusão dos paradores em construção. Haverá igualmente recursos a linhas de crédito destinadas às Comunidades Autônomas para a reconversão e melhoria dos destinos turísticos. Os orçamentos contemplam um aumento de 4%, chegando a US\$ 99 milhões de dólares para a Turespaña e US\$ 82 milhões de dólares para uma linha da OIC para a renovação de empresas de turismo.

Para longo-prazo, a meta para 2030 é readaptar o modelo turístico e focar no desenvolvimento sustentável no setor. Além disso, importa melhorar a qualidade da gestão de serviços turísticos, e utilizar as novas tecnologias (MINCOTUR, 2019).

3.3.1.2 Redondela

Outra cidade onde foi realizada a pesquisa para este trabalho foi a cidade de Redondela, em Espanha. É uma cidade pequena, com 30 mil habitantes, e fica na província de

Pontevedra, na região da Galiza.

Redondela é uma das cidades que faz parte do caminho de Santiago de Compostela. O turismo nessa cidade é predominantemente entre os meses de fevereiro e abril, devido aos eventos na cidade, e nos meses de maio a outubro, em que há grandes visitas. No período de outono e inverno, a demanda é baixa.

Segundo Informações do Posto de Turismo (2019) da cidade de Redondela, a cidade de Redondela recebeu 10 mil turistas no ano de 2017. As chegadas de turistas internacionais ao longo do ano apresentam um caráter claramente sazonal, visto que estão concentradas no período do verão europeu, de julho a setembro. Os idiomas locais são o Espanhol e o Galego. A cidade oferece estrutura aos turistas como apresentado no **Quadro 9** e a média de tempo em que os turistas se hospedam na cidade é de 1 dia.

Quadro 9: Estruturas da cidade de Redondela

ESTRUTURA	QUANTITATIVO
Hotéis	20
<i>Hostels</i>	3
Aibnb	121
Teatros	0
Espaços culturais	1
Bibliotecas	1
Museus	
Centros de desporto e lazer	1
Estádios de futebol	0
Parques e áreas verdes	0

Restaurantes	25
Bares	
<i>Shoppings centers</i>	0
Táxis	20

Fonte: Adaptado de Informações Posto de Turismo Redondela (2019)

4 METODOLOGIA

A fonte de dados primários decorreu da aplicação de um inquérito com perguntas fechadas que foi aplicado aos turistas que se adequavam ao perfil objeto deste estudo. O questionário foi aplicado pelo inquiridor.

Segundo Martínez Quintana (2006), esta é a técnica mais usada e confiável para coleta deste tipo de dados. O questionário que foi utilizado para realizar a pesquisa e obter os dados necessários foi preparado com base na literatura sobre turistas *backpackers*. No total, foram elaboradas 17 perguntas, divididas entre dados de identificação pessoal, influência de viagem e informações da viagem que estava a ser realizada, sendo aplicado em três idiomas: português, inglês e espanhol.

As perguntas quantitativas que foram utilizadas neste trabalho os autores Hill e Hill (2002, p. 205) descrevem-nas como: “técnica estatística indutiva que trata de diferenças entre amostras e que utiliza uma variável dependente e uma variável independente”. A análise descritiva que é utilizada também nesse trabalho, segundo Maroco e Bispo (2003, p. 21): “visa resumir e apresentar os dados observados através de tabelas, gráficos ou índices numéricos que facilitem a sua interpretação”.

A pesquisa explicativa deseja identificar os fatores que definem ou que contribuem para a ocorrência de um fenómeno. É o estilo de pesquisa que examina da melhor maneira a realidade, pois tem como objetivo definir as relações de causa e efeito da pesquisa (GIL, 1999).

O método de pesquisa utilizado foi exploratório, em busca de dados para compreender melhor esse segmento de mercado (os *backpackers*), com o objetivo de identificar o perfil e comparar a situação dos países citados e impacte económico decorrente deste tipo de visitante.

O questionário foi preenchido de forma autónoma pelo inquirido para que a presença do inquiridor não o constrangesse em qualquer resposta. No entanto, o inquiridor manteve-se sempre por perto para auxiliar em qualquer dúvida que surgisse.

Os questionários foram aplicados aos turistas hospedados em *Hostels* no Brasil, em Portugal e em Espanha. A escolha do *Hostel* se deve ao perfil enunciado na literatura do turista *backpacker*, que é suposto optar por esse tipo de alojamento devido ao seu baixo custo,

simplicidade e local amigável, propício para conhecer outras pessoas com o mesmo estilo de viagem, e trocar experiências e informações.

A primeira localidade onde foi aplicada a pesquisa foi no *Hostel* “O Refuxio”, que está localizado na cidade de Redondela, bairro de Cessantes. A proprietária do *Hostel* é de origem alemã e por isso atrai muitos turistas do seu país de origem. O *Hostel* fica próximo da praia e a região tem muitos recursos naturais. A pesquisadora permaneceu por três meses na cidade a fim de compreender o perfil dos viajantes e coletar os dados para este trabalho. No total, foram aplicados 100 inquéritos.

O segundo *Hostel* onde foi realizada a coleta de dados para esta pesquisa se chama “O de Casa *Hostel*” e fica no bairro da Vila Madalena, considerado bairro boêmio na cidade de São Paulo. Aí, há bastantes restaurantes, bares e outros atrativos, que fazem a região terem uma vida noturna frequentada também por grande público da cidade. A pesquisadora permaneceu no local por dois dias e inquiriu 100 turistas.

Por último, foi realizada a pesquisa no “*Hostel Tattiva*”, localizado no bairro de São Bento, na cidade do Porto, zona turística frequentada também por grande público. A pesquisadora permaneceu no local um dia e aplicou o questionário a 100 hóspedes.

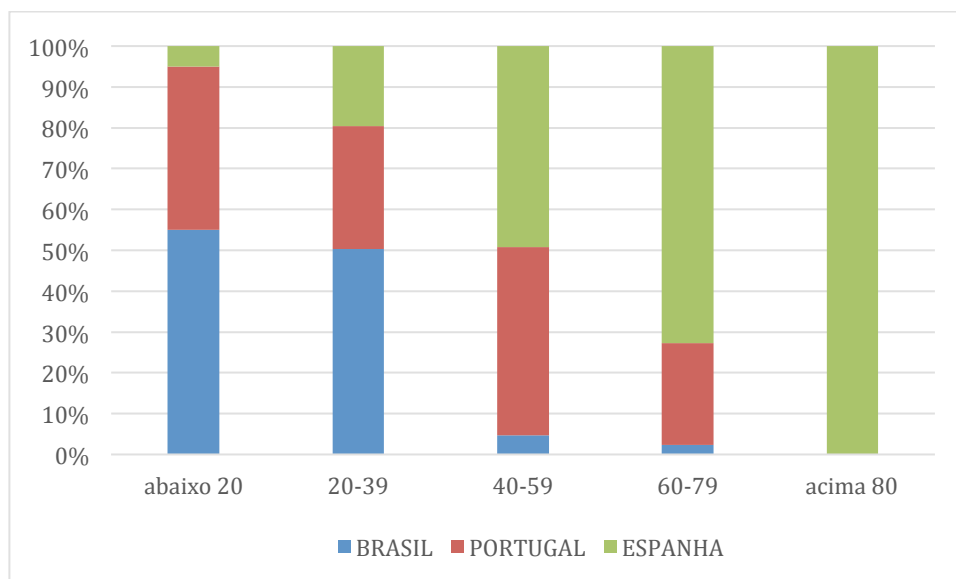
Os dados obtidos nas entrevistas nos três países foram compilados e os resultados tratados são apresentados a seguir.

5 ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir, serão apresentados os dados coletados nas entrevistas nos *hostels* dos três países pesquisados a fim de caracterizar o turismo *backpacker*, identificar os fatores que motivaram este tipo de viagem e traçar o perfil do turista.

A **Figura 26** mostra a faixa etária dos entrevistados nos três países, e como argumentado na secção que se refere ao Turismo *Backpackers*, concluímos que a faixa etária desse tipo de turista é bastante ampla e vai dos 16 até 80 anos de idade. Porém, segundo Loker-Murphy e Pearce (1995) esse segmento tende a ser de turistas jovens, entre 20 até 27 anos. Neste estudo, ao analisarmos os dados recolhidos nos três países, identificamos que as grandes maiorias dos turistas são também jovens, até aos 40 anos. Em Portugal e Espanha, nota-se uma percentagem maior do público acima de 40 anos de idade. O público na Europa acaba sendo mais eclético do que no Brasil, ou seja, ainda é baixa a dissiminação deste tipo de turismo no Brasil.

Figura 26: Faixa etária dos *backpackers* inquiridos

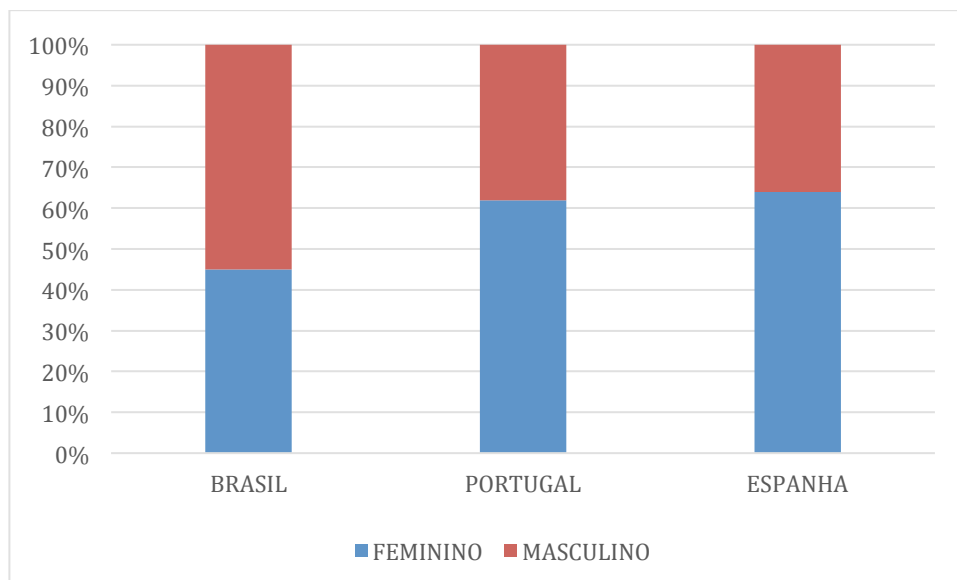


Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Ao analisarmos a **Figura 27** referente ao sexo dos turistas, verificamos que não se regista uma diferença significativa entre os gêneros dos respondentes. No Brasil 45% são do

sexo feminino e 55% do sexo masculino; em Portugal 62% são do sexo feminino e 38% do sexo masculino; e na Espanha 64% são do sexo feminino e 36% do sexo masculino. Em Portugal e Espanha nota-se que o grande público desse segmento turístico é feminino.

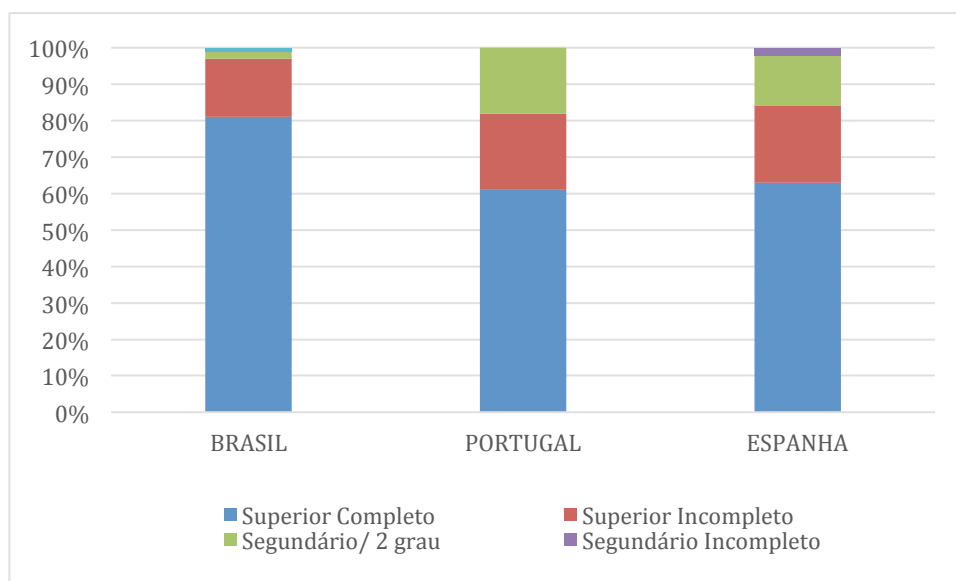
Figura 27: Sexo dos *backpackers* inquiridos



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Segundo Speed (1999), os *backpackers* tinham ensino superior completo e, através dos dados deste inquérito (**FIGURA 28**), comprovou-se o mesmo. No Brasil, o grande público deste segmento turístico que possui ensino superior completo é de 81%, em Portugal é de 61% e na Espanha é de 63%.

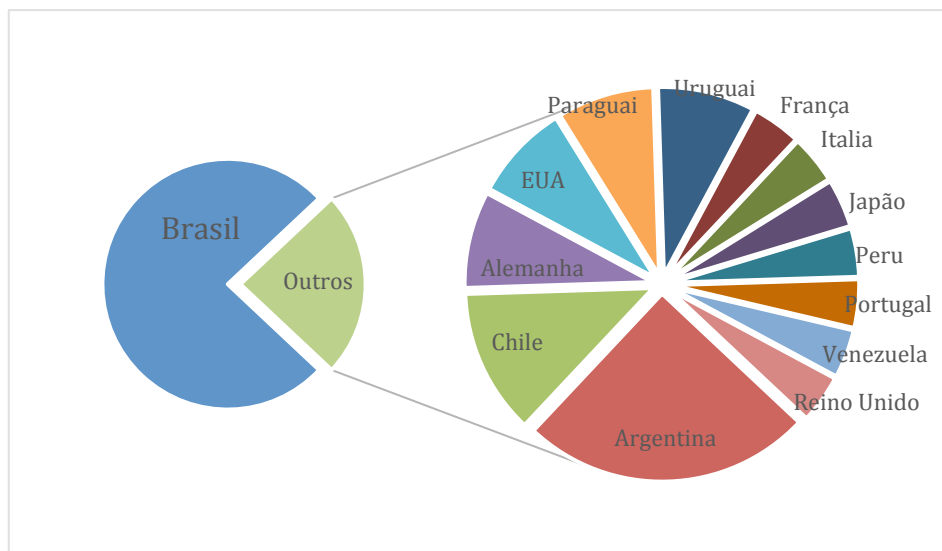
Figura 28: Grau de escolaridade dos *backpackers* inquiridos



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

A **Figura 29** mostra a Nacionalidade Turística no Brasil, podemos constatar que a maioria dos *backpackers* são brasileiros (76%), seguido dos países vizinhos, no caso a Argentina com 6%, depois destaca-se a nacionalidade Chilena com 3%, Paraguai, Estados Unidos e Alemanha, com 2% cada. No Brasil, os dados recolhidos não estão de acordo com a teoria de O'Reilly (2006), que assumia que praticantes deste tipo de turismo eram na sua maioria originários da Europa e também da Austrália, Nova Zelândia, África do Sul e Israel, onde o fenômeno do *backpacking* se tem desenvolvido em grande escala.

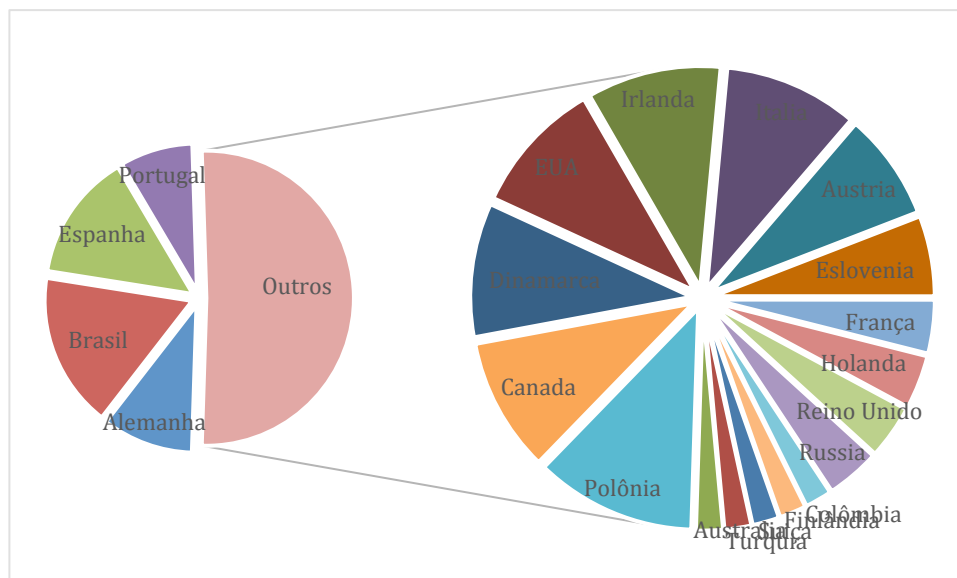
Figura 29: Nacionalidade dos *backpackers* inquiridos no Brasil



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Ao observar a **Figura 30** que mostra a Nacionalidade Turística em Portugal, constatamos que a maioria dos *backpackers* é de brasileiros (17%), seguido dos espanhóis (14%), Alemães (10%) e os próprios portugueses (7%). Esses resultados vão, parcialmente, ao encontro com a leitura de O'Reilly (2006), que assumia que os praticantes deste segmento turístico eram na sua maioria originários da Europa, e da Austrália, Nova Zelândia, África do Sul e Israel, isto porque em primeiro lugar surgem os brasileiros e depois vêm os originários da Europa.

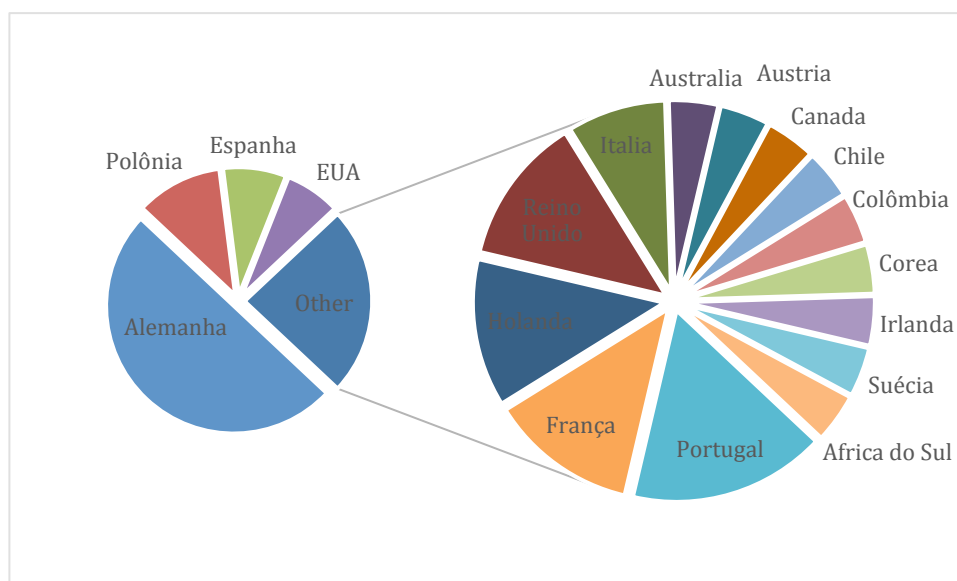
Figura 30: Nacionalidades dos *backpackers* inquiridos em Portugal



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Ao observar a **Figura 31** que aponta a Nacionalidade Turística na Espanha, constatamos que a maioria dos *backpackers* provém da Alemanha (50%). Isso se deve ao local de aplicação do questionário, cuja proprietária fala fluentemente Alemão e atrai esse público-alvo em grande escala. Seguem-se os originários da Polônia com 11%, os próprios espanhóis com 8% e os origários dos Estados Unidos com 7%. Observando estes dados, eles estão de acordo com a teoria de O'Reilly (2006), já antes referida.

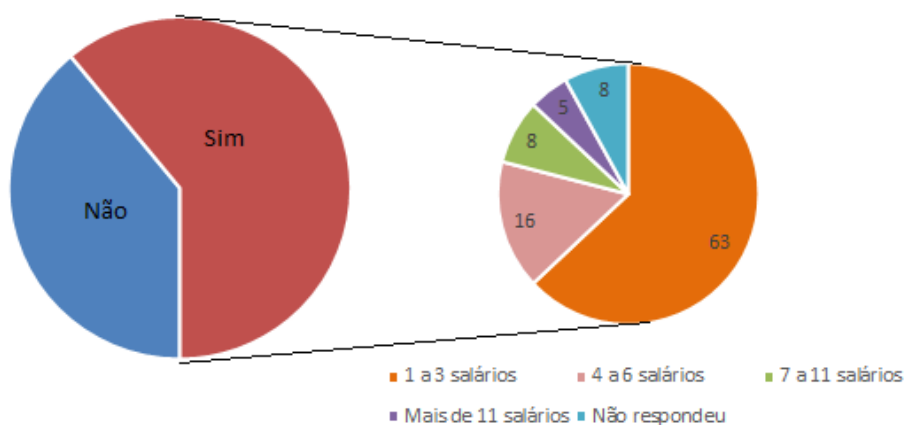
Figura 31: Nacionalidade dos *backpackers* inquiridos em Espanha



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

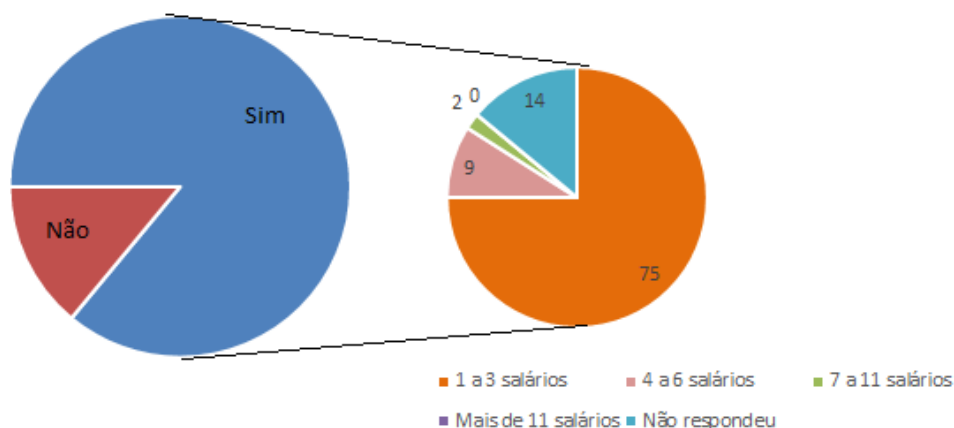
Como podemos observar nas **Figuras 32, 33 e 34** dos três países, mais de 60 % trabalham e o seu rendimento salarial varia entre menos de um salário mínimo americano até três salários mínimos. Isso comprova o público-alvo deste tipo de segmento são do seguimento de gasto de baixo custo.

Figura 32: Se *backpackers* inquiridos no Brasil exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial



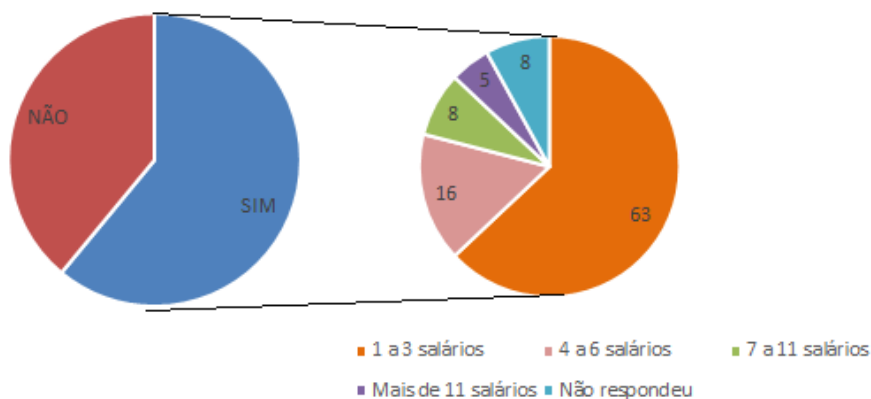
Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Figura 33: Se *backpackers* inquiridos em Portugal exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Figura 34: Se *backpackers* inquiridos em Espanha exercem alguma profissão e qual faixa de renda salarial



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

O formulário da pesquisa incluía uma pergunta aberta sobre a profissão do entrevistado, e tivemos mais de 100 profissões citadas nas respostas. As profissões foram

agrupadas por áreas afins e resultaram em 19 grupos, que são apresentados no **Quadro 10**.

A **Figura 35** mostra o agrupamento das profissões dos *backpackers*, sendo que na sua grande maioria os turistas entrevistados no Brasil são profissionais do Grupo 1 e são os que trabalham em áreas administrativas e pelo Grupo 12 que são engenheiros e correlatas. Os turistas que visitaram Portugal são profissionais da área da educação (Grupo 16), engenharia (Grupo 12) e estudantes (Grupo 13). Já os turistas que visitaram a Espanha são aposentados (Grupo 6) e este dado corrobora com a faixa etária apresentado na **Figura 26**, onde na Espanha observamos a maior percentagem de turistas acima de 60 anos e exclusivamente acima de 80 anos, além de engenheiros (Grupo 12) e estudantes (Grupo 13), assim como em Portugal.

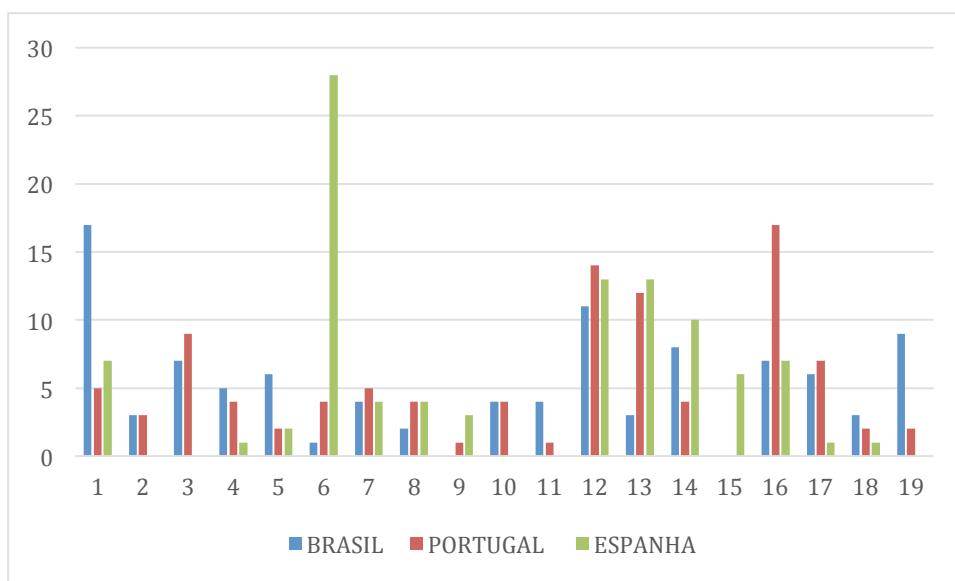
Quadro 10: Agrupamento das profissões citadas pelos *backpackers* inquiridos

GRUPO	PROFISSÃO
1	Administrador/Analista Administrativo/Assistente Administrativo/Assistente Executiva/Técnico Administrativo/Assistente/
2	Advogado
3	Comércio Exterior/ <i>E-commerce</i> /Financeiro/Gerente de Logística/Analista de Trade/ Assistente de Comex/Gestor de Categoria/Auditor/Técnico de Seguro
4	Analista de Marketing/Coordenador de MKT/Coordenador de <i>Visual Merchandising</i> / Gerente de Marketing/Publicitário/Assistente de Comunicação
5	Analista de Recursos Humanos/Treinamento/Recrutador/Técnico de RH
6	Aposentado/Dona de Casa

7	Comprador/Assistente de Compras/Coordenador Comercial/ Atendente/ Representante Comercial/Vendedor/Técnico Comercial/ <i>Customer Service</i> / Consultor de Franquias/Orçamentista
8	Contador/Assistente de Contabilidade/Fiscal/Bancária
9	Cozinheiro/Auxiliar de Limpeza/Padeiro
10	<i>Design</i> Figura/Diretor de Arte/Desenhista/ <i>Design</i> de Interiores/Artista Plástica/ Estilista
11	Empreendedor/Empresário/Comerciante
12	Engenheiro/Analista de Projetos/Gestor de Projeto/Gerente Operacional/ Supervisora de Projetos/Mecânico de Avião/Técnico de Higiêne e Segurança de Trabalho/Técnico Eletricista/Soldador/Arquiteto
13	Estudante
14	Médico/Técnico de Enfermagem/Médico Veterinário/Dentista/Biomédico/Nutricionista/Fisioterapeuta/Enfermeira/Psic ologa/Terapeuta/Massagista/Psicologa/Terapeuta/Massagista/Oateopata
15	Padre
16	Professor/Formador/ <i>Personal Trainer</i> /Pedagogo/Monitor de Sala/ Instrutor/ Coordenadora Pedagógica/Treinador
17	Programador/ <i>Help Desk</i> / <i>Web Designer</i> /Analista de Sistemas
18	Turismólogo/Agente de Turismo/Guia Turístico/Gestora de Turismo/Técnico de Enoturismo
19	OUTRAS = Químico/Músico/Produtor/Jornalista/Internacionalista/Historiadora/ Geólogo

Fonte: a autora

Figura 35: Profissão dos *backpackers* inquiridos



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

A motivação dos turistas para escolher esta modalidade é apresentada na **Figura 36**. Segundo Loker-Murphy e Pearce (1995), os *backpackers* procuram visitar e conhecer locais, além do tradicional e popular e, assim, aprender a fundo a cultura do local visitado.

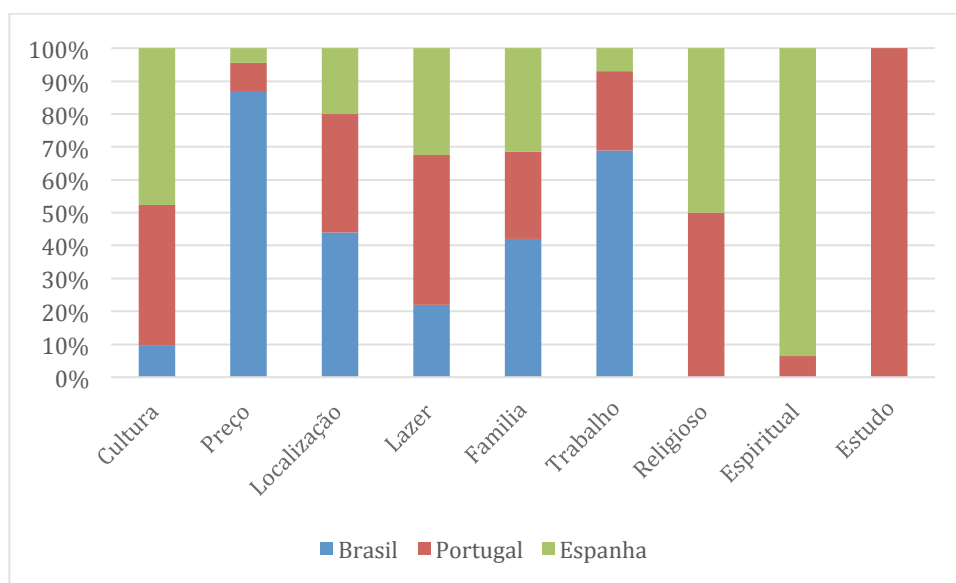
Para o público no Brasil, o fator que é levado em conta é o preço da hospedagem, além de estarem em trabalho. Já para os turistas em Portugal são os estudos, e este foi o único destino avaliado que teve esta motivação. É importante destacar que 21% dos turistas que responderam à pesquisa não escolheram esta modalidade de turismo para passeio ou lazer. Entretanto, os turistas que visitaram a Espanha tinham a espiritualidade e religiosidade como fonte de motivação e representam 29% e 18%, respectivamente. Isso se deve à localização do *hostel* onde esta pesquisa foi aplicada ser passagem do Caminho de Santiago de Compostela.

Ap Spolon (2010, p. 207), por sua vez, afirma que "A decisão sobre onde ficar passa a interferir diretamente sobre a qualidade da viagem como experiência, bem como sobre a própria experiência da hospedagem". No Brasil, esse item ficou bem nítido. O tamanho da cidade de São Paulo leva a isso, em nossa opinião. No Brasil, os dados recolhidos vão de acordo com a visão de Oliveira (2005), que afirma que os *backpackers* utilizam hospedagens em locais econômicos, como albergues da juventude ou os denominados *hostels*.

No geral, os dados desta pesquisa comprovam a teoria de Altelejevic e Doorne (2002), segundo os quais as motivações e valores do turismo *backpacker* cada vez mais se aproximam

dos do turismo convencional.

Figura 36: Motivo da viagem dos *backpackers* inquiridos



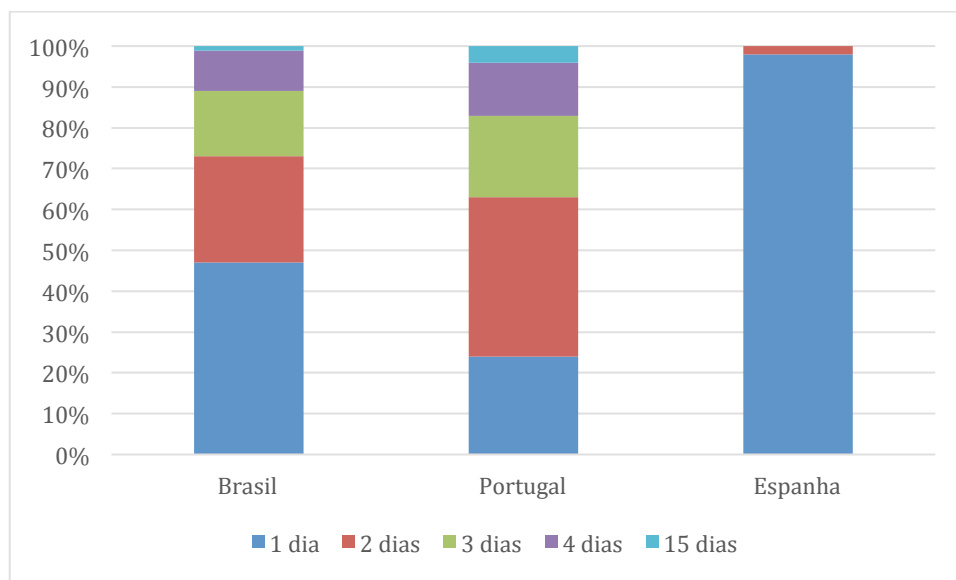
Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

A **Figura 37** mostra o período de estadia e verifica-se que, em média, os turistas ficam um prazo curto em cada país para conhecer o local. Isso indica que os *backpackers* viajam por um período menor que os turistas tradicionais, geralmente no período de férias de trabalho ou férias escolares, concentrando-se em espaços mais popularizados (LOKER-MURPHY; PEARCE, 1995; O'REILLY, 2006). Somente em Portugal observamos um período acima de 15 dias de hospedagem, e esta constatação está vinculada ao fato de estudantes utilizarem este tipo de hospedagem, considerada de baixo custo. Em Espanha, 98% dos turistas pernoveram 1 noite no *hostel* e os demais por 2 noites. Não se observou um período maior de estadia provavelmente devido ao fato dos turistas serem peregrinos do Caminho de Santiago de Compostela e utilizarem a hospedaria enquanto fazem a trilha.

Segundo Oliveira (2005), o turista *Backpacker* prefere viajar sozinho e os resultados obtidos em Espanha comprovam essa leitura, pois 56% viajaram sozinhos (**FIGURA 38**). No Brasil não é comum viajar sozinho. Somente 26% estavam desacompanhados e, neste caso, tal tem relação com a motivação da viagem, que na sua grande maioria estavam hospedados por motivos de trabalho e localização, como mostram os dados da **Figura 36**, além do que esse tipo de viagem é uma modalidade mais recente no país. Tal também é vinculado e

vinculada à questão de segurança quando comparando com os viajantes no continente europeu.

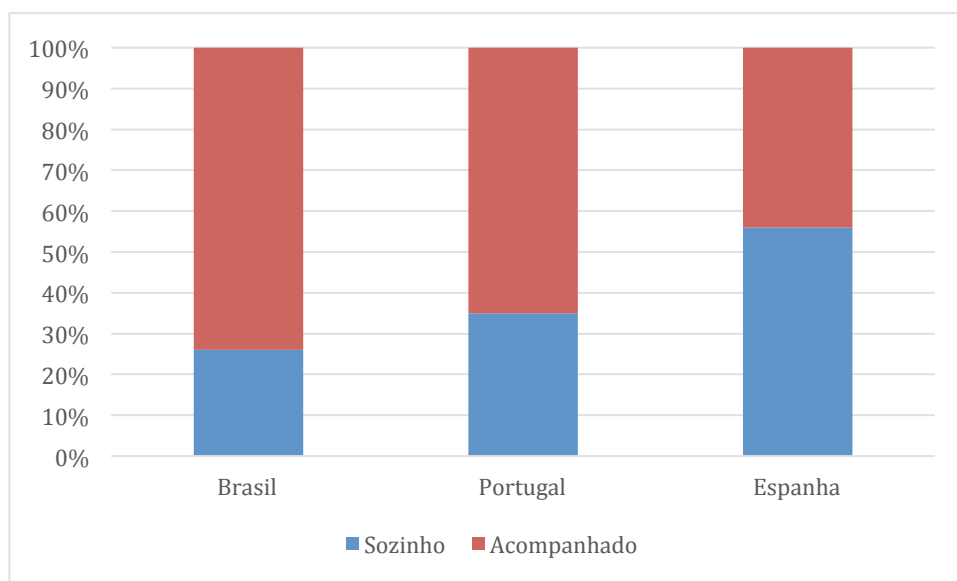
Figura 37: Período da estadia dos *backpackers* inquiridos



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Em Portugal, a maioria dos entrevistados (65%) estava acompanhada, pois os mesmos estavam em busca de cultura, lazer ou motivação religiosa na região (**FIGURA 36**). Em Espanha, 56% dos entrevistados estavam sozinhos. Isso estava sozinho, isso indica que os turistas que tinham por objetivo motivos religiosos ou espiritualidade preferem estar desacompanhados durante este período.

Figura 38: Percentagem dos *backpackers* inquiridos que viajam acompanhados ou sozinhos

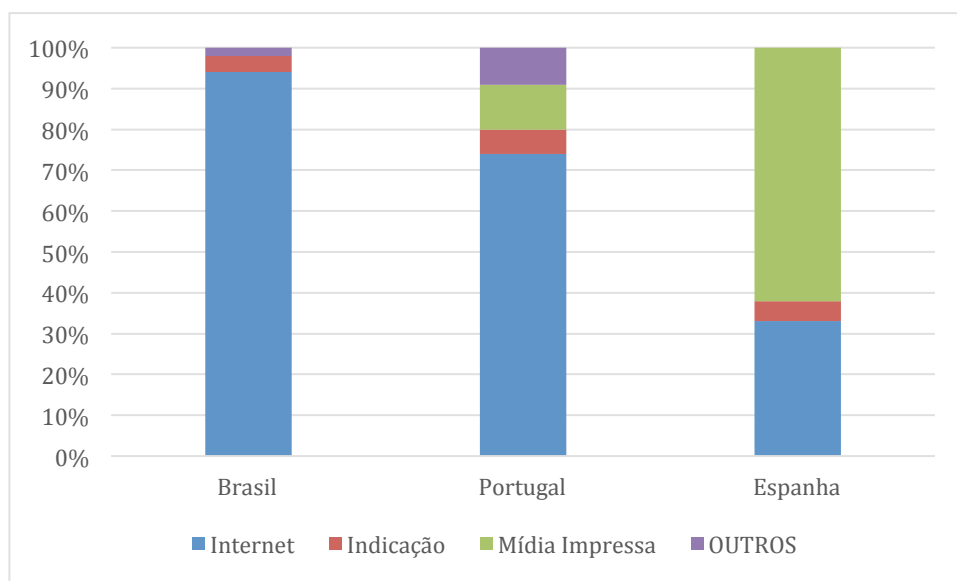


Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Segundo Gomes Filho (2010), os meios de informação e de comunicação para o turismo *backpackers* são preferencialmente a internet e as redes sociais, pois possibilitam reservas de hospedagem e futura avaliação da mesma. Ao notar a experiência da investigadora no período de pesquisa, uma nova ferramenta para reservas é a utilização via aplicativos dos próprios *sites* de reservas de hospedagem e *WhatsApp*, mas a maioria que as usava eram jovens, na faixa etária de 18 até 35 anos.

De acordo com a pesquisa realizada, no Brasil a grande maioria utiliza a internet (94%), conforme visto anteriormente, nesse país a grande maioria dos visitantes era jovem até 49 anos. Em Portugal, mais de 74% também utilizam a internet e em Espanha, onde a grande maioria estava acima de 40 anos, utilizava-se pouco a internet (33%) e a media impressa é o recurso mais utilizado para o planejamento da viagem (62%) (**FIGURA 39**). Isso está de acordo com a visão de Oliveira (2005), que afirma que, frequentemente, os *backpackers* consultam guias de viagens nacionais e internacionais, *on-line* ou não.

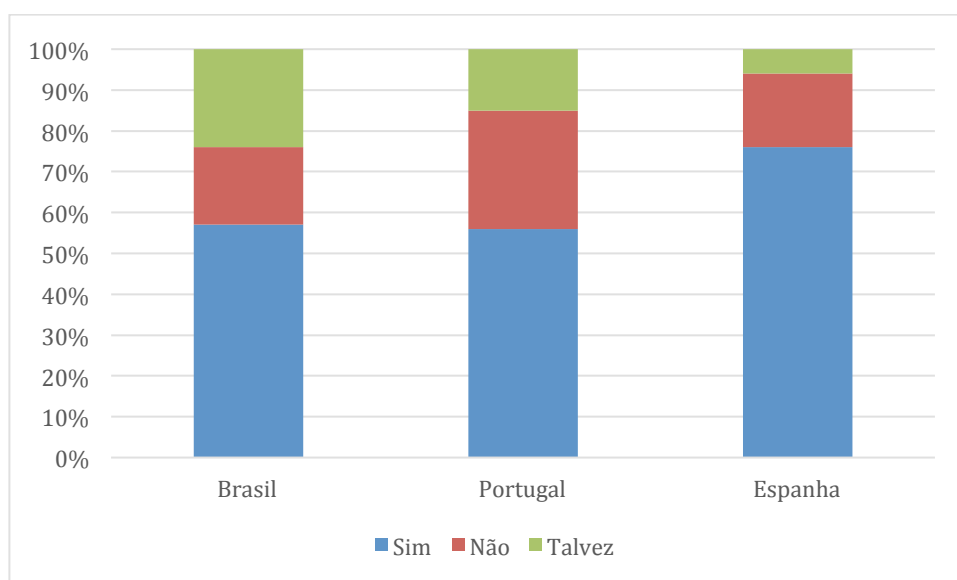
Figura 39: Ferramenta de busca de informações utilizadas pelos *backpackers* inquiridos



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

A **Figura 40** mostra os dados quando questionados, nos três países, sobre se desejavam realizar novamente o estilo de viagem *backpacker*. Observa-se que mais de 60 % do público respondeu que sim, 30 % que não e os que ficaram em dúvida e responderam talvez foram na ordem dos são em torno de 20%. Tal indica que esta modalidade de turismo é bem vista e desejada pelos turistas, pelos motivos já citados neste trabalho.

Figura 40: Percentual de *backpackers* inquiridos que realizariam novamente esta modalidade de viagem



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

O formulário da pesquisa incluía uma pergunta aberta “Qual foi a maior influência em realizar essa viagem?” as respostas foram agrupadas por grupos de afinidades e são apresentados no **Quadro 11**.

Quadro 11: Agrupamento das razões que os *backpackers* inquiridos indicaram ser a influência para realizar essa modalidade de viagem

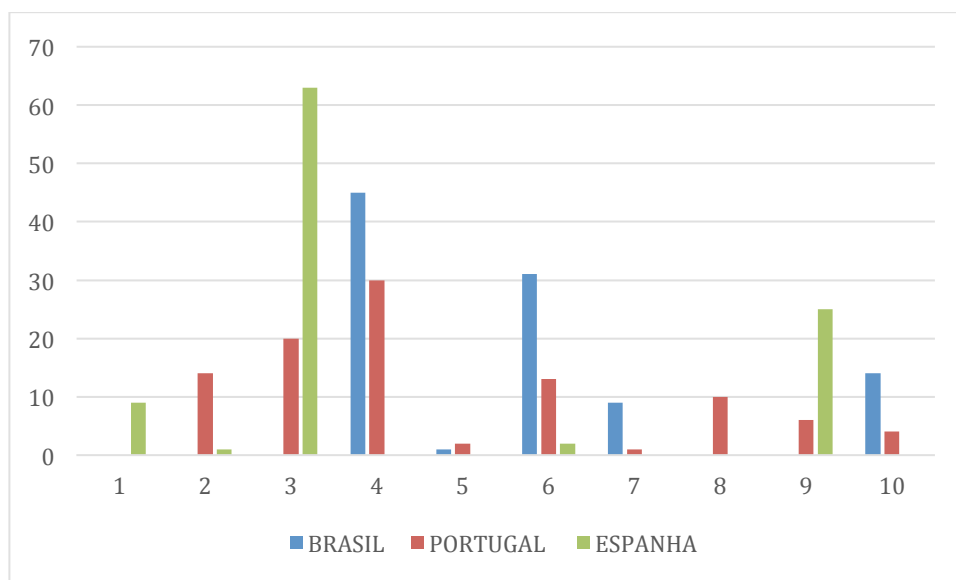
GRUPO	QUAL FOI A MAIOR INFLUÊNCIA EM REALIZAR ESSA VIAGEM ?
1	Aventura/Desafio/Viagem barata, curta e fácil acesso
2	Conhecer país/Região/Cultura/Culinária/Rota do vinho
3	Espiritualidade/Caminho de Santiago de Compostela/Paulo Coelho/Autoconhecimento
4	Lazer/Turismo/Passeio/Compras
5	Morar no país/Emigrar
6	Negócios/Trabalho/ Entrevista
7	Passagem pela cidade
8	Evento/Congresso/Estudos
9	Viajar com amigos/Família/Despedida solteiro
10	Visitar Amigos/Família

Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

A influência na escolha por esta modalidade de turismo é apresentada na **Figura 41** e nota-se que cada país tem um perfil bastante específico nas razões para a viagem. No Brasil, a maioria dos entrevistados são do Grupo 4 (45%), que tem intuito de lazer, turismo, passeio e compras em São Paulo, e Grupo 6 (31%) que estão na cidade a negócios, trabalho ou para fazer entrevista de emprego. Em Portugal, tivemos a maior variabilidade de influência, porém a maioria dos turistas pertence os Grupos 4 (30%) e 3 (20%) que visam o turismo local e religioso, respectivamente. Mas destacamos em Portugal os Grupos 2, que representam 14% dos entrevistados, e que estavam interessados na rota do vinho e cursos de culinária, e Grupo 8, são 10% que estavam para estudar. Estas, estas razões na escolha foram obtidas quase que exclusivamente para os turistas noem Porto. Já na Espanha, a maioria dos turistas tinha

influência espiritual. Motivadas motivadas pelo Caminho de Santiago são 63% (Grupo 3) e a viajar com a família ou amigos 25% (Grupo 9), enquanto que 9% dos entrevistados foram influenciados pelo tipo de viagem barata e curta (Grupo 1).

Figura 41: Razões para os *backpackers* inquiridos realizarem essa modalidade de viagem



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Segundo Loker-Murphy e Pearce (1995), as atividades de lazer dos *backpacker* concentram-se em torno da natureza e da aventura. A maior percentagem dos inquiridos neste estudo indicou razões para a viagem associadas ao lazer e à espiritualidade, o que se enquadra na perspetiva normalmente assumida para os *backpackers*.

As interações sociais, por fazerem parte da experiência da viagem, e a informação conseguida através destas interações acabam sendo a razões para que os *backpackers* tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho na sua viagem (MURPHY, 2001).

Outra pergunta aberta que constavaconsta no formulário era: “O que lhe atrai no tipo de viagem *backpacker*?” As respostas foram agrupadas por grupos de afinidades e são apresentados no **Quadro 12**.

Nota-se pelos dados apresentados na **Figura 42** que majoritariamente os turistas escolherem este tipo de viagem pelo baixo custo, facilidade e liberdade (Grupo 2) confirmando a leitura feita por vários autores e a percepção da autora para este tipo de

modalidade de turismo.

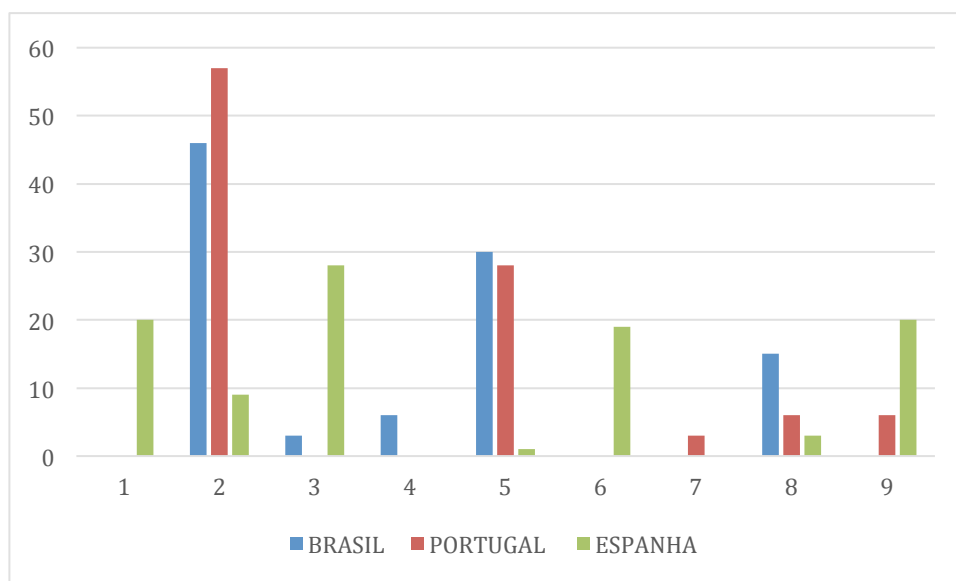
Quadro 12: Agrupamento do que atrai os *backpackers* inquiridos para esta modalidade de viagem

GRUPO	O QUE LHE ATRAI NO TIPO DE VIAGEM <i>BACKPACKER</i> ?
1	Apreciar a paisagem/aventureiro/caminhar
2	Comodidade/Facilidades/Preço/Baixo Custo/Tranquilidade/Liberdade/ Não ter pressa em realizar a viagem/Minimalismo /Transparência
3	Conviver com amigos/Estar mais próximo dos meus amigos/Contato com outras culturas e pessoas
4	Emprego
5	Lazer/Diversão/Passeios/Compras
6	Metas/objetivos
7	Não atrai esse tipo de viagem
8	Não Respondeu
9	Questão Religiosa/Fé/Pessoal/Resgatar a juventude/Ver a visão do próximo

Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Nota-se pelos dados apresentados na **Figura 42** que, majoritariamente, os turistas escolherem este tipo de viagem pelo baixo custo, facilidade e liberdade (Grupo 2), confirmando a leitura feita por vários autores e a percepção da autora para este tipo de modalidade de turismo.

Figura 42: O que atrai os *backpackers* inquiridos nesta modalidade de viagem



Fonte: a autora, com base em inquérito aplicado aos turistas

Para Hsu e Lam (2003), a atração e motivação do conhecimento e a questão social são os pontos mais importantes para a realização de uma viagem. É de salientar, novamente, que a questão religiosa/espiritual (Grupo 9) em Portugal e Espanha, tende a ver com o facto as cidades onde se realizaram os inquéritos fazerem parte de um dos caminhos de peregrinação a Santiago de Compostela.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O negócio de turismo e o negócio internacional podem ser tratados em conjunto pois o turismo é um setor que possui considerável destaque dentro no comércio internacional. O turismo é um setor que se cola à imagem de alguns países, para além de ser gerador de receitas e de emprego. Na verdade, é atualmente um dos maiores setores econômicos mundiais, impulsionando o emprego e a exportação de serviços, entre outros impactos.

A averiguação do perfil do turista *backpacker* atual constata-se que este não possui a essência que era assumida por muitos autores invocados na revisão da literatura. Na verdade, dos dados de que damos conta neste trabalho resulta que o turismo *backpaker* está cada vez mais se aproximando ao turismo convencional, pelas suas comodidades.

Outro ponto a destacar neste tipo de turismo é que, antigamente, ele era descrito como para pessoas sem recursos financeiros, mas hoje, ao analisarem-se os dados dos gastos desse tipo de turismo, acaba-se percebendo que eles podem ser maiores que o do turista tradicional: diariamente, o valor gasto acaba sendo menor, mas devido ao período maior de viagem que o turismo tradicional, tal acarreta um valor total de gasto superior.

Vale a pena recordar que nem todos os mochileiros se hospedam em *Hostels*, e que hoje há opções econômicas, como *Couchsurfing* (*surf* de sofá), que passam pelo alojamento gratuito ou de baixo custo na casa de um hospedeiro (*Airbnb* parceiro).

Nos três países notei a importância que esse turista dá à sustentabilidade. Os turistas em São Paulo, na sua grande maioria, são público jovem, estavam de passagem pela cidade por motivo de trabalho ou recomendação de amigos ou familiares, visando conhecer São Paulo e desfrutar do lazer que a cidade oferece. A viagem era de curto tempo para os nacionais, e os visitantes internacionais ficavam mais tempo no país para conhecer a cidade. O período de viagem não era longo e a grande maioria estava acompanhada e não sozinho e tinham o ensino superior completo. A questão financeira tornava o *hostel* escolha de grande parte dos entrevistados, pois muitos desejavam economizar para poder usufruir do dinheiro para outros objetivos.

Os turistas no Porto eram de uma faixa etária de 18 até 60 anos, vinham para conhecer a cidade ou a região norte de Portugal, ou estavam de partida em direção a países vizinhos (Espanha). Alguns vinham com o intuito de trabalho ou estudos, e a maioria tinha intuito de

conhecer a cultura, apreciar a paisagem ou motivos religiosos/espiritual. A viagem era de médio e longo tempo para os turistas internacionais, enquanto para os nacionais era curto prazo. Os turistas internacionais, na sua maioria eram de origem europeia, devido à proximidade com o país, ou brasileira, devido ao idioma ser o mesmo, o que acabava sendo uma porta de entrada facilitada para muitos brasileiros. Na questão de viajar acompanhado ou sozinho, no Porto, a proporção era igualitária. No que se refere às questões financeiras, muitos preferiam economizar na alimentação para poder usufruir de passeios.

Os turistas em Redondela, na sua grande maioria, estavam acima dos 30 anos de idade, havendo poucos jovens. Muitos iniciaram a sua viagem nos países vizinhos, isto é, em Portugal ou França. Grande parte viajava sozinho, com intuito espiritual ou religioso. Isso se prendia com o facto da cidade ser um dos caminhos para Santiago de Compostela. A grande maioria dos turistas era europeia, uma grande parte da Alemanha, o que resultava da proprietária do *hostel* falar fluentemente o idioma e acabar sendo um item facilitador para os alemães. Muitos economizaram no quesito hospedagem ou alimentação, pois tinham um limite para realizar a viagem e gastar em passeios, quando achavam atrativos ou com receio de acontecer um imprevisto no caminho.

Em minha opinião, ao realizar a revisão bibliográfica do setor de turismo de cada país e o levantamento de dados estatísticos, o Brasil peca por não realizar estudos do turismo doméstico anualmente, pois é o segmento turístico que mais contribui para a economia do país e o turismo internacional contribui em percentagem menor. Ao se basear em estudos realizados noutros países, que estão focados no turismo internacional, como Espanha e Portugal, o Brasil faz a mesma linha de raciocínio, porém, é um mercado que, hoje não trás um retorno financeiro igual ao de Portugal ou da Espanha, onde o turismo internacional contribui grandemente para a economia de ambos os países.

Países como Austrália, Nova Zelândia e África do Sul fazem estudos do impacto econômico do turismo *backpacker* nos seus países. No caso dos países aqui estudados, infelizmente, em nenhum deles existe esse tipo de pesquisa que possa servir de embasamento para este trabalho.

O Brasil, querendo definir uma política turística eficaz, precisa a partir de estudos científicos da realidade local, sempre se atualizando sobre a atmosfera do setor e analisar as futuras perspectivas de evolução. Só a partir daí será possível tomar decisões concretas em

matéria de políticas públicas para o sector.

A primeira limitação encontrada nesta investigação foi a realização das entrevistas em uma cidade pequena, no caso Redondela, em Espanha, pois não há muitas informações locais. O segundo ponto é o retorno financeiro que esse seguimento turístico disponibiliza por região, onde não encontramos informações. E, por último, carência em referencial teórico sobre o tema.

Uma sugestão para uma próxima investigação é inquirir sobre o retorno financeiro que esse tipo de seguimento turístico pode gerar. Outro estudo sugerido é a influência do tipo de hospedagem, como o *Airbnb*, posto que cada vez mais os turistas estão optando por esse tipo de alojamento e, como isso, pode gerar-se impacte na economia de uma cidade ou país.

REFERÊNCIAS

ADLER, J. **Youth on the Road: reflections on the history of tramping**. Annals of Tourism Research, Vol. 12 No.3.pp 353-355, 1985.

ALTELJEVIC, I. DOORNE, S. **Theoretical Encounters A Review of *Backpacker Literature***. A Transnational Research Project on *Backpacker* Tourism, 2002.

ANDRADE, P. J., DIVINO, A. J., MOLLO, M. L. R., TAKASAGO, M. **Economia do Turismo no Brasil**. Brasília: Senac, 2008.

AOQUI, C. **Desenvolvimento do Segmento *Backpacker* no Brasil sob a Ótica do Marketing de Turismo**. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Administração. São Paulo: USP, 2005.

AP SPOLON. PANOSO NETTO, A; GAETA, C. **Turismo de experiência**. São Paulo: Ed. SENAC, 2010.

BOSISIO, A. **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio/Conselho de Turismo, 2005.

CANDELA, G., FIGINI, P. **The economics of tourism destinations**. 1^a ed. London: Springer, 2012.

CARVALHO, L.C.P. **O agroturismo no Brasil: um estudo de caso**. São Paulo: FIPE, 2002.

COHEN, E. **Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter Tourism**. International Journal of Comparative Sociology, 1973.pp 89-103.

CUNHA, L. **Introdução ao Turismo**. Lisboa: Verbo, 2003.

DIAS, F. SOIFER, J. FERREIRA, L. **O Futuro Do Turismo**. Porto: Estratégias Criativas, 2009.

FALCÃO, D. **Ser mochileiro: uma constituição social e pessoal do “mochilar”**. Caderno

Virtual de Turismo, v. 16, n. 3, 2016.

FIGUEIREDO, S.L. **Viagens e Viajantes**. São Paulo: Annablume, 2010.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOELDNER, C. R., RITCHIE, J. R.; MCINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOMES FILHO, W. **Turismo backpacker na cidade de São Paulo: um estudo sobre a rede de Albergues Hi Hostel**. Dissertação de Mestrado em Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade - Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2010.

GRABURN, N. **The anthropology of tourism**. Annals of Tourism Research, 1983.

HILL, M. HILL, A. **Investigação por questionário**. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo, Ltda, 2002.

HOLLOWAY, J. HUMPHREYS C. **The Business of Tourism**. 10ª edição, Pearson Higher, England, 2016.

HSU, H, LAM, T. **Mainland Chinese travellers' motivations and barriers of visiting Hong Kong**. Journal of Academy of Business and Economics, 2003.

IBGE. **Cidade de São Paulo. Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**, 2019. Disponível em : https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock. Acessado em 28/02/2019.

INE. **Aportación del turismo a la economía española, 2017**. Disponível em : https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863. Acessado em 01/02/2019.

INE. **Estatística do Turismo 2017, Lisboa**, Edição 2018. Disponível em : https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=337818965&att_display=n&att_download=y. Acessado em 01/02/2019.

INE. **Población residente en España**, 2019. Disponível em :

http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=125473557298. Acessado em 01/02/2019.

INE. **Viajes, pernoctaciones y duración media por principales características de los viajes**, 2019. Disponível em : <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=15797>. Acessado em 01/02/2019.

ITO, C. A. **Fronteiras e turismo no Mercosul**. In: LEMOS, A. I. G. Turismo: impactos socioambientais. São Paulo: Hucitec, 1996.

KOTLER, P., BOWEN, J. e MAKENS, J. **Marketing for Hospitality and Tourism. United States of America**. Prentice Hall, 1999.

LEONARD J., LICKORISH, CARSON L., JENKINS. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOPES, J.C. **O turismo e o desenvolvimento regional do Norte e Nordeste**. Informações FIPE, n.120 , p. 15-17, jul 1990.

MAFFESOLI, M. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MAROCO, J. BISPO, R. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**, 1º Ed. Lisboa: Climepsi Editores, 2003.

MARTÍNEZ QUINTANA, V. **Ocio y Turismo en la Sociedad Actual**. McGrawHill, 2006.

MILL, R., MORRISON, A. **The tourism system**. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company, 2002.

MINCOTUR. **Balanço Do Sector De Turismo 2018**, 2019. Disponível em: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2018/documents/20190116%20balance%20turismo%202018.pdf>. Acessado em 28/02/2019.

MINCOTUR. **Estatística**, 2019. Disponível em: <https://www.mincotur.gob.es>

</esES/IndicadoresyEstadisticas/Documents/CuadroResumen.pdf>. Acessado em 28/02/2019.

MINCOTUR. **Reyes Maroto: “El Gobierno trabaja para replantear el modelo turístico a fin de alinearlo con un proyecto de país, en el marco de la Agenda 2030”**, 2019. Disponível em: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2018/Paginas/20180913-maroto-guatemala.aspx>. Acessado em 03/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Anuário Estatístico de Turismo**, Ano base 2017 Volume 45, 1a Edição, 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Anuário Estatístico de Turismo**, Ano base 2016 Volume 44, 1a Edição, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Anuário Estatístico de Turismo**, Ano base 2015 Volume 43, 1a Edição, 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Anuário Estatístico de Turismo**, Ano base 2014 Volume 42, 1a Edição, 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Anuário Estatístico de Turismo**, Ano base 2013 Volume 41, 1a Edição, 2014.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Desembarques Domésticos**, 2018. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/desembarques-domesticos.html>. Acessado em 04/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Projeto Brasil Mais Turismo**, 2019. Disponível em: www.turismo.gov.br/brasilmaisturismo. Acessado em 04/03/2019.

MOLINA, S.O **pós turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

MURPHY, L **Exploring Social Interactions of Backpackers**. Annals of Tourism Research, Great Britain, v.28, n.1, 2001, p. 55-57.

NOGUEIRA MÁRIO G. **Política nacional de turismo: distorções e participação**. In:

Revista de Administração Municipal, Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Administração Municipal, n. 178, 1986.

NOGUEIRA, MÁRIO G. **The framework of the state's responsibility for the management of tourism**. Madrid, OMT, 1983.

OBSERVATÓRIO DE TRANSPORTE E LOGÍSTICA DA ESPANHA. **Transporte aéreo de pasajeros (número de pasajeros) por tipo de tráfico**, 2019. Disponível em : <http://observatoriotransporte.fomento.es/BDOTLE/visorBDpop.aspx?i=435>. Acessado em 21/01/2019.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO. **São Paulo: Cidade Do Mundo Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista** (2018). Disponível em : http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/DADOS_FATOS_2018.pdf. Acessado em 21/01/2019.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO. **São Paulo: Cidade Do Mundo Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista**, 2018. Disponível em: http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/DADOS_FATOS_2018.pdf. Acessado em 21/01/2019.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, J. **Estudo do segmento de turistas internacionais *Backpackers* no Brasil**. IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM, 2007.

OLIVEIRA, J. R. **Turismo *backpacker*/mochileiro**. In: TRIGO, L. G. G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.

OMT. **Annual Report: World Tourism Organization, 2017**. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>. Acessado em 10/01/2019.

OMT. **Tendencias del turismo internacional en 2017**, 2008. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>.

unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890. Acessado em 10/01/2019.

OMT. **Tourism Highlights: International Tourism Trends 2017**, 2018. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acessado em 10/01/2019.

O'REILLY, Camile Caprioglio. **From drifter to gap year tourist. Mainstreaming backpacker travel**. Annals of Tourism Research, 33(4), 998-1017, 2006.

OVAR IGLESIAS. R.J, TALÓN P., GARCIA – VIANA R. **Comercialización de Productos y Servicios Turísticos**. Editorial Síntesis, 2008.

PARIS, Code. **The backpacker Market: targeting a mobile population through online communities**. Saarbrücken: VDM, 2008.

PEARCE, D. G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

PEARCE, P. L., LOKER-MURPHY, L. **Young Budget Travelers: Backpackers in Australia**. Annals of Tourism Research, Vol. 22, No 4, pp. 819- 834, 1995.

PLANO NACIONAL DE TURISMO. **Ministério do Turismo: 2018 – 2022**, 2017. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html>. Acessado em 10/01/2019.

PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo. **População residente, média anual: Onde há mais e menos pessoas?** 2017. Disponível em: <https://www.pordata.pt/Municipios/População+residente++média+anual-359>. Acessado em 24/01/2019.

RICHARDS, G. WILSON, J. **Suspending reality: an exploration of enclaves and the backpacker experience**. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. *Backpacker tourism: concepts and profiles*. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

RICHARDS, G., WILSON, J. **The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice**. Clevedon: Channel View Publications, 2004.

RICHARDS, G. WILSON, J. **Today youth travelers: tomorrow global nomads. New Horizons in Independent Youth and Student Travel.** Amsterdam. International Student Travel Confederation, 2003.

SAWAZAKY, DOUGLAS EIGI. **Inserção do segmento mochileiro no Plano Aquarela do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR.** Santa Catarina: Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2010.

SINCLAIR, M., & STABLER, M. **The economics of tourism.** Routledge, Ed. Oxon, Canadá: Routledge Advances in Tourism Series, 1997.

SPEED, C. HARRISON, T. The **Backpacker Market: who's counting? The Need for Formal Recognition.** In Tourism Statistics. Paper presented at the 5th International Forum on Tourism Statistics, 19th -23rd June, Glasgow Caledonian University, 1999.

SWARBROOKE, J., HORNER, S. **Consumer Behavior in Tourism.** Oxford – England: Butterworth – Heinemann, 1999.

TEO, P. LEONG, S. **A Postcolonial Analysis of Backpacking.** Annals of Tourism Research; Vol. 33, No. 1, 2006.

THEOBALD, W. F. **Turismo global.** 2. Ed. São Paulo: SENAC, 2002.

TRANSPORTE E LOGÍSTICA DA ESPANHA, 2019. Disponível em: <http://observatoriotransporte.fomento.es/BDOTLE/visorBDpop.aspx?i=435>. Acessado em 05/03/2019.

TRAVELBI. **Turismo em Portugal,** 2018. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-portugal-2018.pdf>. Acessado em 27/03/2019.

TURISMO EM PORTUGAL. **Organização e Comercialización de Productos y Servicios Turísticos.** Editorial Síntesis. 2008

TURISMO EM PORTUGAL. **Organização e Parceiros,** 2019. Disponível em:

https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Organizacao_Parceiros/Paginas/default.aspx. Acessado em 01/03/2019.

URIELY, N. YONAY, Y. SIMCHAI, D. **Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis**. Annals of Tourism Research, No.29, pp. 520–538, 2002.

VALDÉS, J. A. **Marketing estratégico e estratégia competitiva de empresas turísticas – um estudo de caso da cadeia hoteleira Sol Meliá**. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2003.

WTTC – **Manual Impacto Economico Brasil, 2018**. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/brazil2018.pdf>. Acessado em 27/01/2019.

WTTC – **Manual Impacto Economico Espanha, 2018**. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/spain2018.pdf>. Acessado em 27/01/2019.

WTTC – **Manual Impacto Economico Portugal, 2018**. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/portugal2018.pdf>. Acessado em 27/01/2019.

WTTC – **Manual Impacto Economico, 2018**. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/documents-2019/global-main-countries-data-table-eir-2019-sp.pdf?la=en>. Acessado em 20/11/2018.

ANEXO I

QUESTIONÁRIO

CAMPO 1			
Dados de identificação pessoal			
Idade: _____			
Sexo	<input type="checkbox"/> Feminino	<input type="checkbox"/> Masculino	
Escolaridade: _____			
Profissão: _____			
Nacionalidade: _____			
Trabalha	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
Renda	<input type="checkbox"/> 1 a 3 salários mínimos	<input type="checkbox"/> 7 a 11 salários mínimos	
Familiar	<input type="checkbox"/> 4 a 6 salários mínimos	<input type="checkbox"/> Mais de 11 salários mínimos	
CAMPO 2			
Motivação da Viagem			
Qual foi a maior influência em realizar essa viagem: _____			
Motivo da escolha	<input type="checkbox"/> Cultura	<input type="checkbox"/> Preço	
	<input type="checkbox"/> Localização	<input type="checkbox"/> Lazer	
	<input type="checkbox"/> e/ou outros Comente: _____		
Quais fatores que influenciaram no momento da escolha turística: _____			
O que lhe atrai no tipo de viagem: _____			
CAMPO 3			
Característica da Viagem			
Período de estadia	<input type="checkbox"/> 1 a 3 dias	<input type="checkbox"/> 4 a 7 dias	
	<input type="checkbox"/> 7 a 10 dias	<input type="checkbox"/> Mais de 11 dias	
Viagem está?	<input type="checkbox"/> Sozinho	<input type="checkbox"/> Acompanhado	
Onde foi realizada a busca de informação	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Mídia Impressa	
	<input type="checkbox"/> Indicação	<input type="checkbox"/> Outros	
Você pretende fazer esse tipo de viagem novamente?		<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Talvez